01
02
03
04
05
06
07
08
09
10
11
12

Le débat du mois

ACTUS

CONSEILS

TÉMOIGNAGES

DISCUSSIONS

par REGIONSJOB

L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES DIPLÔMÉS

ÉDITO

Trouver son premier emploi, ce n'est pas chose facile. Manque d'expérience, entreprises parfois frileuses, conjoncture peu favorable… Les jeunes diplômés sont souvent confrontés à de multiples difficultés en voulant s'insérer dans le monde professionnel. Mais celles-ci sont loin d'être insurmontables ! Aussi, nous avons souhaité consacrer aux jeunes diplômés un débat du mois, en donnant la parole à des intervenants d'horizons divers : entreprises, acteurs du recrutement, jeunes diplômés. Les contributions à ce débat sont réunies dans cet ebook.

Vous y trouverez des conseils pratiques d'experts et de recruteurs, ainsi que des témoignages de jeunes diplômés ayant eu une approche différente pour entrer dans le monde du travail. Qu'ils aient décidé de monter leur entreprise ou de partir à l'autre bout du monde, leurs parcours sont extrêmement instructifs. Ils racontent leurs expériences dans cet ouvrage.

Bonne lecture !

Anne-Laure Raffestin et Flavien Chantrel

ACTUS

CONSEILS

TÉMOIGNAGES

DISCUSSIONS

SOMMAIRE

CHAPITRE 1 - CONSEILS PRATIQUES

- 5 astuces pour réussir son insertion professionnelle, par l'AFIJ p 5
- Jeunes diplômés, ne négligez pas le savoir-être, par Fabrice Mazoir p 7
- L'importance de l'identité numérique, par Anthony Babkine p 8
- Etat des lieux : l'accès à l'emploi des jeunes diplômés, par Fabrice Mazoir p 11
- Focus métier : Comment devient-on community manager quand on est étudiant ? par Flavien Chantrel p 13

CHAPITRE 2 - PAROLES DE RECRUTEURS

- Les jeunes diplômés et l'expérience, par Hervé Weytens p 19
- Push My Career : l'opération qui accompagne les jeunes diplômés, par la Société Générale p 20
- Des conseils pour les jeunes diplômés, par le groupe OPEN p 23

CHAPITRE 3 - TEMOIGNAGES

- Entreprendre quand on est jeune diplômé, par Benjamin Ducousso p 26
- L'importance d'une forte ouverture internationale dans un cursus scolaire, par Christopher Mariel p 28
- L'importance du stage pour un jeune diplômé, par Clément Benoist p 30
- Ils ont trouvé leur premier travail... à l'étranger, par Guirec Gombert p 32
- Clône ou bien jeune diplômé recrutable ? Choisissez votre camp, par Pierre-Gaël Pasquiou p 34

ACTUS

CONSEILS

TÉMOIGNAGES

DISCUSSIONS

CHAPITRE 1

Conseils pratiques

5 ASTUCES POUR REUSSIR SON INSERTION PROFESSIONNELLE

AFIJ

L'AFIJ est l'Association pour Faciliter l'Insertion professionnelle des Jeunes diplômés. Elle a été créée en 1994 avec pour objectif de faciliter et d'améliorer l'insertion professionnelle des étudiants et des jeunes issus de l'enseignement supérieur. Forte de ses missions et de ses soutiens, l'AFIJ compte aujourd'hui 55 000 jeunes inscrits ainsi qu'un réseau solide de 18 000 recruteurs fidélisés et de 1850 partenaires de terrain locaux et nationaux. Elle est implantée nationalement dans plus de 50 villes universitaires. Vous pouvez en suivre les actualités sur le site de l'AFIJ mais également sur le blog actus.

Tâche loin d'être aisée, la recherche du premier emploi se transforme souvent en parcours du combattant. Des structures telles que l'AFIJ interviennent alors auprès de ce public au travers d'ateliers de formation, de simulation d'entretiens ou encore de mises en relations avec le monde de l'entreprise. Chaque année, l'AFIJ accueille ainsi plus de 57 000 inscrits qui viennent trouver leur premier emploi, stage ou encore contrat d'alternance. Focus sur quelques trucs et astuces pour s'insérer professionnellement.

Comment dois-je faire mon CV, que dois-je y mettre ?

Dans tous les CV que reçoivent les recruteurs, il y a deux éléments à prendre en compte, la forme et le fond.
Le fond dépend bien sûr des études et de l'expérience du candidat, expériences préprofessionnelles, stages, expériences associatives... Il faut mettre cela en valeur, d'où l'importance de la forme.
La forme c'est ce que le recruteur voit en premier : ce CV est-il agréable à lire, facile à lire ? Si oui le recruteur le lira, si non, il a de fortes chances pour que le recruteur ne le lise pas.

Mais qu'est-ce qu'un CV agréable et facile à lire ?

C'est d'abord un CV pour lequel le recruteur ne doit pas faire un effort de lecture, un effort pour trouver les informations qu'il cherche. Cela passe par une bonne présentation, une présentation sobre du CV. Les CV « design « sont à réserver pour des postes dans lesquels une certaine dose de créativité est requise...
Le CV d'un jeune diplômé, c'est une page sur laquelle le recruteur veut trouver des informations sur le parcours et les compétences du candidat. La formation doit être présentée de façon efficace, on ne doit détailler que ce qui est nécessaire, mais on ne doit pas à l'inverse être trop réducteur : pour un jeune diplômé, la formation est un élément important du parcours.
L'expérience d'un jeune diplômé, c'est à la fois ses stages, ses emplois étudiants, ses «jobs», et ses activités extra-universitaires ! L'engagement personnel d'un candidat contribue à enrichir son expérience et à façonner sa personnalité, c'est un élément qui intéresse de plus en plus les recruteurs. Vous souhaitez en savoir plus ? L'AFIJ propose gratuitement des formations pour aider les jeunes diplômés à « optimiser » leur CV.

Une lettre de candidature est-elle encore nécessaire ?

Une lettre de candidature n'est généralement lue qu'à partir du moment où le CV a retenu l'attention du recruteur. Il ne s'agit donc pas de répéter son CV, mais de mettre en valeur des points qui intéressent l'entreprise, et en particulier les éléments subjectifs qu'on ne peut pas développer dans un CV. Vous maitrisez une langue vivante ? Ces informations figurent dans le CV et le recruteur peut le tester le cas échéant. Vous êtes dynamique et organisé ? C'est dans la lettre de candidature qu'il faut le démontrer par de courts paragraphes qui illustrent ces deux qualités.

Comment dois-je envoyer ma candidature ?

La lettre papier n'a pas disparu, mais l'usage du courriel électronique a profondément modifié l'envoi des candidatures. Aujourd'hui la majorité des jeunes diplômés envoient leur candidature par e-mail, et pour cela il faut adopter la bonne stratégie.
En réponse à une annonce, il faut simplement suivre les indications de l'annonce, alors que l'envoi d'une candidature spontanée nécessite de personnaliser son envoi, de chercher le bon destinataire. Un courriel de candidature n'est pas toujours si simple à faire. Dans le cas d'une réponse à une offre d'emploi, une formule simple de type « bordereau d'envoi» suffit, mais il faut bien mentionner le titre ou la référence de l'annonce dans le corps de l'e-mail, et si possible dans l'objet du courriel.

Dans le cas d'une candidature spontanée, l'objet du courriel devra être assez généraliste, comme « demande de rendez-vous » ou « offre de service ». « Candidature spontanée » provoque le risque de ne pas être lu. Le corps du courriel doit être plus détaillé que le simple bordereau d'envoi pour donner envie au lecteur d'ouvrir les pièces jointes. Deux tendances existent, certains préconisent de rédiger la candidature dans le corps du courriel et de ne joindre que le CV, d'autres préfèrent une courte introduction, bien rédigée, dans le corps du courriel avec une lettre de candidature et un CV en pièces jointes. Les deux approches ont leurs avantages et leurs inconvénients, mais il y a un point commun : les pièces jointes. Les pièces envoyées par courrier électronique doivent être enregistrées dans un format qui ne risque pas de modifier le fichier, comme le format PDF, ou à défaut le format RTF. Ces deux formats ont l'avantage d'être lisibles avec différentes versions des logiciels courants de traitement de texte. Le nom des pièces est également important. Le candidat qui envoie un CV et une lettre de candidature avec un nom dans lequel figure son nom plutôt que le nom du destinataire facilite la tâche du destinataire.

Un dernier conseil : l'adresse électronique d'envoi d'une candidature doit être à la fois simple et neutre de type nom.prenom@fournisseur.fr . Les noms «humoristiques» sont à réserver à l'entourage proche !

Comment utiliser les réseaux sociaux pour ma recherche d'emploi ?

Par son réseau, on cherche de l'information sur l'emploi potentiel, on ne quémande pas un travail. Chercher de l'information, c'est donner de l'information pour recevoir en retour, c'est un travail beaucoup plus long qu'il n'y parait au premier abord. Sur certains sites de réseaux sociaux, on peut aussi consulter des offres d'emploi que déposent les entreprises. Les réseaux professionnels sont très utilisés par les recruteurs qui cherchent de l'information sur un candidat, ou qui pratiquent l'approche directe. C'est pour cela qu'il faut choisir le(s) bon(s) réseau(x). Les réseaux sociaux sont en effet assez nombreux, assez divers.

Certains sont clairement du domaine personnel et amical, ils ne présentent pas d'intérêt pour la recherche d'emploi, si ce n'est les précautions à avoir quand à ce qu'on y publie : une recherche par mot clef fait ressortir des informations de partout. Certains sont dédiés à des contenus spécifiques d'images fixes ou animés : comme les précédents, ils ont peu d'importance pour la recherche d'emploi, mais laissent des traces, d'autant plus qu'ils sont bien référencés par les moteurs de recherche. Il faut souligner le cas des réseaux de partage d'information qui contribuent à créer une identité numérique positive, pour autant que cela soit le cas. Les réseaux sociaux professionnels au premier rang desquels Viadéo pour la France, et LinkedIn pour l'international sont des incontournables pour les chercheurs d'emploi, à condition de bien les utiliser. Il faut mentionner le cas particulier de Facebook qui est un réseau personnel parfois utilisé pour des usages professionnels. Ce qu'un internaute confie à Facebook, il en perd la maitrise, en particulier la capacité de le supprimer. Facebook est ainsi un réseau qui laisse des traces qu'on ne contrôle pas, ce qui est gênant pour son identité numérique.

Quelle est l'importance de l'entretien dans le processus d'embauche ?

Une embauche ne se décide jamais à la lecture d'un CV et d'une lettre de candidature. Ces éléments provoquent simplement l'envie du recruteur de recevoir le candidat en entretien. L'entretien d'embauche, ou le plus souvent les entretiens d'embauche ne sont pas un piège, le recruteur qui décide de rencontrer le candidat le fait dans le but de trouver la bonne personne pour le poste à pourvoir, et grâce à un bon CV et une bonne lettre de candidature, il a un a priori favorable, sans cela il ne recevrait pas le candidat.

Aller à un entretien d'embauche, cela se prépare, avec une recherche d'information sur l'entreprise qui recrute et la préparation d'une présentation synthétique de son parcours, de ses motivations pour le poste, et de sa connaissance de l'entreprise. Cette connaissance de l'entreprise permet aussi d'avoir le « look de l'emploi « le jour de l'entretien. Un peu de formalisme dans la tenue est préférable à une tenue négligée, mais il faut aussi penser à la culture de l'entreprise et entre le jean troué et le costume/tailleur, il y a toute une gamme d'intermédiaires...

Lors de l'entretien le candidat doit montrer son dynamisme, sa motivation pour le poste, il doit aussi exposer ses compétences les plus en rapport avec le poste, sans faire une redite intégrale de son CV.

Le recruteur évalue une personne, pas un diplôme, et cette personne va devoir s'intégrer au groupe humain que constitue l'entreprise. Le plus dur dans son travail est d'évaluer la personnalité du candidat plus que ses compétences, ce qui est le plus facile dans un processus de recrutement. L'entretien est un moment clef du processus d'embauche, l'aboutissement des efforts précédents, cela mérite qu'on consacre un peu de temps à le préparer.

JEUNES DIPLOMES, NE NEGLIGEZ PAS LE SAVOIR ETRE

FABRICE MAZOIR

Fabrice Mazoir est Responsable éditorial des sites RegionsJob, ancien journaliste de presse écrite, blogueur spécialisé dans le domaine de l'emploi, de la formation et des ressources humaines. Il écrit entre autres sur le blog Mode(s) d'Emploi. Son compte Twitter : @f_m_r

Pour décrocher le poste de vos rêves, tous les détails comptent. Quand on vient juste d'obtenir son diplôme, le savoir-faire acquis durant les études et les stages reste à éprouver en entreprise. Et la rubrique expérience professionnelle du CV est encore un vaste chantier. Que reste-t-il alors à mettre en avant pour séduire les recruteurs ? Votre personnalité et votre savoir-être. A condition de pas envoyer de mauvais message pendant l'entretien.

• **Conseil 1. Rassurez le recruteur.** Une entreprise qui souhaite recruter un jeune à la sortie de ses études fait toujours un pari sur l'avenir. Et qui dit pari, dit risque. Mettez-vous un moment dans la tête d'un recruteur : pendant l'entretien il va essayer de sonder votre motivation pour savoir si vous allez rester au-delà de la période d'essai. Il va aussi « jauger » votre personnalité en se posant des questions simples. *«Ce candidat va-t-il s'intégrer facilement à l'équipe ?», «quel est son potentiel à long terme ?», «quel sera son comportement face à des problèmes ?»*. Sur tous ces points, il faut le rassurer, en valorisant vos capacités d'adaptation, d'apprentissage.

• **Conseil 2. Adhérez aux valeurs de l'entreprise.** Normalement vous avez ciblé une entreprise et un poste qui vous correspondent. Vous vous êtes aussi renseigné sur la culture de la boite avant de postuler. Portez une attention toute particulière aux valeurs prônées par l'entreprise. Elles sont toujours positives, peuvent paraître un peu «bateau» (*«esprit d'équipe», «sens du client», «innovation», «honnêteté», «proximité»,* etc.), mais la combinaison de ces 4 ou 5 mots-clés forme en fait le logiciel corporate qui permet de faire travailler toutes les équipes dans le même sens. Les recruteurs seront attentifs au fait que vous ayez déjà identifié ces modes de fonctionnement interne et, surtout, que vous êtes prêt à les mettre en application dans votre travail.

• **Conseil 3. Respectez les codes.** En entreprise il existe des règles, des codes à respecter. C'est sur ce point que l'inexpérience des jeunes diplômés pêche le plus. A moins d'avoir fait beaucoup de stages, ou suivi des études en alternance, votre connaissance de la vie en entreprise est assez sommaire. Pour savoir si vous êtes un animal «sociable», le recruteur va se baser sur ce qu'il voit concrètement avant, pendant et après l'entretien. C'est pourquoi les premiers échanges téléphoniques ne doivent pas être pris à la légère. La première rencontre aussi. Le minimum c'est d'être ponctuel, poli, respectueux des usages de la vie en société. Ça peut paraître évident, mais beaucoup de jeunes candidats sont écartés d'un poste, tout simplement parce que leur comportement n'était pas adapté en entretien. Eh oui, comme disait Pétrone, «*totus mundus agit histrionem*» (*«le monde entier est un théâtre»*).

• **Conseil 4. Hobbies : le petit plus qui peut faire la différence.** Votre CV n'est pas très rempli. Pour le recruteur, que reste-t-il à se mettre sous la dent ? La rubrique «Hobbies» (ou «loisirs», «passions», comme vous voudrez). Non pas qu'il s'intéresse à votre vie extra-professionnelle, mais tout simplement parce que cette partie du curriculum permet d'en savoir plus sur vous. Un engagement associatif, la pratique d'un sport autre que «natation», «randonnée» ou «jogging», une passion pour la littérature russe du 19ème, plutôt que la banale mention «j'aime la lecture», méritent d'être mentionnés. Marquez votre différence !

• **Conseil 5. Soyez réaliste.** C'est sans doute le conseil le plus précieux. Vous êtes jeune, diplômé(e), vous sentez bon le sable chaud. OK. Mais ce n'est pas une raison pour demander la lune. Renseignez-vous avant de donner des prétentions salariales délirantes, largement au-dessus du marché. Visez un poste à votre portée. Par exemple, si vous êtes informaticien, ce n'est pas la peine d'espérer être chef de projet dès la sortie de l'école, aussi prestigieuse soit-elle. Les postes à responsabilités de ce genre s'ouvrent aux candidats qui ont «de la bouteille», pas aux débutants. Même chose si vous voulez bosser dans la com', postuler dès le début à des emplois de DirCom' ou de Responsable de communication vous décrédibilise. Certes, selon Corneille (le dramaturge, pas le chanteur), «*Aux âmes bien nées, la valeur n'attend point le nombre des années*», mais la patience est aussi une preuve de maturité.

ANTHONY BABKINE

Spécialiste en stratégie digitale et e-réputation, Anthony Babkine évolue en tant que chef de projet web et enseigne parallèlement à l'université. Anthony a co-écrit deux ouvrages « Réussir l'organisation d'un événement» avec Adrien Rosier aux éditions Eyrolles et «Bien gérer sa réputation sur Internet. E-réputation personnelle : mode d'emploi» avec Mounira Hamdi et Nabila Moumen aux éditions Dunod.
Il est actif sur des blogs qu'il a co-créé : www.ma-ereputation.com, www.evenementor.com. Retrouvez le sur Twitter et son blog.

Pourquoi, pour un jeune diplômé, est-ce important de s'assurer une bonne présence en ligne ?

La question de la présence numérique concerne une très grande partie de la population et particulièrement les jeunes professionnels et jeunes diplômés. Toute notre vie nous devons démontrer que nous sommes à la hauteur de nos actes, de nos actions et cela de manière encore plus importante au début de notre carrière. En ce sens, la présence numérique peut être un allié de taille, ou à l'inverse nous desservir lorsque nous la délaissons.

Avant de préciser l'importance de la présence numérique, il me semble nécessaire de définir ce que 'bonne présence en ligne' signifie.
Si nous devions vulgariser cette notion de 'bonne présence en ligne', nous pourrions dire qu'elle correspond idéalement à l'image numérique que nous souhaitons renvoyer à l'individu qui nous Googlelise. Cette personne qui de manière spontanée et volontaire souhaite en savoir plus sur nous en tapant notre 'prénom+nom' sur les moteurs de recherche. A l'issue de cette recherche en ligne, quels éléments ont été consultés par le googlelisateur : notre Facebook ? Notre Linkedln ? Notre Blog ? Nos anciennes publications? Dès lors, quelle image de notre personne avons-nous renvoyé à ce Googlisateur de passage ?

Selon les personnes qui nous googleliseront, recruteurs, amis, collègues, clients, les opinions ne seront pas unanimes, mais globalement quelles sont les principales opinions qui émergent suite à ces visites en ligne ? Quelle impression avez-vous donné à votre interlocuteur ?
En somme, s'assurer d'une bonne présence en ligne, c'est s'assurer que l'image souhaitée soit aussi proche de l'image perçue. Cette réflexion assez globale sur l'image en ligne nous renvoie à la notion d'e-réputation qui se définit par la somme de la gestion de son image en ligne (personal branding) et de son identité numérique.

Mais pourquoi cela est-il devenu aussi important ?

A l'heure où plus de 60% des internautes français sont sur Facebook (source : Comscore), il est légitime de se demander ce que l'on peut trouver nous concernant sur la toile ou les traces laissées lors de navigations antérieures sur Internet.

Cette question de présence numérique est importante pour un jeune diplômé car la période de fin des études est souvent synonyme de recherche active d'emploi et/ou d'opportunités professionnelles. C'est aussi un moment important durant lequel nous nous attachons à développer notre réseau professionnel. Bénéficier d'une image numérique positive et proche de notre personnalité est alors un enjeu fondamental. En 2012, la présence numérique est encore un moyen de se démarquer parmi la masse de plus en plus colossale de jeunes diplômés sur un marché de l'emploi sensible aux crises économiques et financières. Les blogs, les réseaux sociaux spécialisés, les applications, les outils du web, peuvent être autant de moyens détonnants lors d'une recherche d'emploi.

Les fondamentaux de la gestion de notre présence en ligne ne demandent pas une très grande expertise, mais nécessitent d'investir un peu de temps et de prendre en main certains outils afin d'optimiser son référencement et sa visibilité.

La tendance à la 'googlisation' des personnes marque aussi cette importance : une grande partie des recherches sur Internet concernent des personnes en 2012 (entre 7 et 12% selon les sources). Quoi de pire que de renvoyer des traces mensongères, usurpées, dévalorisantes (fautes d'orthographe, photos en présence de drogue ou d'alcool) ou encore d'être confondu avec un homonyme ? En effet, même si chacun est unique à sa manière, il est possible que nous ayons un homonyme auquel sont rattachés des résultats de recherche peu reluisants et qui pourraient être mal interprétés par un recruteur potentiel. Ainsi, il en va de notre bon sens numérique de prendre en main notre présence digitale pour nous distinguer. Cette distinction peut notamment s'opérer via différentes actions : acheter son nom de domaine, l'ajouter sur ses CV, blog, carte de visite en ligne et réseaux sociaux professionnels des photos de vous afin de marquer une frontière précise entre vos homonymes et vous-même.

L'identité numérique s'adresse-t-elle à tous les jeunes diplômés ?

On constate que les étudiants issus de formations Bac+4/ Bac+5 spécialisées dans le marketing, la communication, les nouvelles technos et le graphisme sont beaucoup plus attentifs à l'importance de la gestion de leur présence numérique. Cela s'explique sans doute par les actions de sensibilisation menées par leurs équipes pédagogiques, mais aussi par la forte représentation des professionnels issus de ces filières sur les différents réseaux et médias sociaux. Une vision parfois quelque peu élitiste des réseaux sociaux, dont les bienfaits ne seraient, pour le moment, démontrés et réservés qu'à une petite partie des jeunes diplômés.

Je suis personnellement contre l'idée qui consiste à dire que les opportunités sur les réseaux sociaux ne s'offrent qu'à un type de profession ou de formation. La plateforme Pinterest (plateforme sociale spécialisée dans le partage d'images et de vidéos) nous prouve encore un peu plus le contraire. A quand un apprenti pâtissier, chocolatier, ébéniste sur ce réseau ?

Il est important de prendre conscience dès aujourd'hui qu'avec la démocratisation des usages numériques, nul ne pourra ignorer son identité numérique : aussi bien les adolescents et jeunes diplômés, que les professionnels et personnes âgées... C'est un fait, l'identité numérique devient de plus en plus le prolongement de l'identité réelle, à nous de savoir gérer le lien entre les deux.
Les campagnes de communication récentes de la Cnil ou encore de l'assureur Axa, n'aident pas à appréhender l'importance de l'identité numérique sous un angle positif. En effet, l'accent est plus souvent mis sur les dangers et risques du web plutôt que sur les opportunités que représente Internet.

Lorsqu'on est jeune diplômé, on a très peu d'expérience professionnelle, hormis les différents stages que l'on a pu effectuer durant ses études. Dès lors, que mettre en avant en ligne ?

Lorsque j'interviens auprès d'étudiants de première année de DUT, je les entends souvent me dire qu'ils manquent d'expériences professionnelles et qu'ils ne peuvent donc pas être positivement visibles sur Internet.

Les étudiants doivent être réalistes et savoir que ce qui fait la différence c'est surtout la capacité de chacun à montrer qu'il est actif dans les domaines qui le passionnent, qu'il sait mener des projets en parallèle de ses études et qu'il apprécie les mener à bien, qu'ils soient de nature associative, sportive ou professionnelle. En somme, savoir valoriser ses activités extrascolaires, son goût prononcé pour une passion ou un sport, ses premiers jobs étudiants, son investissement sur des projets associatifs sont de véritables forces que beaucoup d'étudiants ignorent.

C'est d'autant plus regrettable pour les étudiants qui ignorent que les responsables RH ont conscience que les réalisations associatives nous permettent de /

- développer notre intérêt ou notre curiosité pour une activité donnée
- apprendre à évoluer et entreprendre en équipe
- faire des rencontres qui nous permettent de grandir, de se découvrir
- attester d'une certaine maturité et de ne pas arriver totalement inexpérimenté dans sa future entreprise.

Ainsi, il est important de savoir valoriser ces fameuses passions et activités, aussi bien sur son CV numérique que papier (vous savez, la petite case « activités extra-professionnelles » en bas du CV que les étudiants et jeunes diplômés ont tendance à négliger).
A titre d'exemple, un passionné de photographie pourrait très bien créer une carte de visite en ligne (voir ci-dessous) avec une de ces photographie en fond et y lier une galerie Flickr et Pinterest afin d'y intégrer ses différents shootings photo. Il pourrait également tenir un Tumblr pour partager sa passion, ses exécutions avec le plus grand nombre en le liant de près avec un compte Twitter où il pourrait partager régulièrement ses meilleurs clichés. En somme, l'idée est relativement simple : sur Internet c'est l'occasion d'être vu, entendu ou lu, alors que le CV traditionnel dit « 1.0 » est non conversationnel, statique et passif.

Il est donc important dans un premier temps de se poser les bonnes questions :

- Quels sont les projets extra-scolaires/extraprofessionnels que je souhaite montrer ?
- Quelles sont les réalisations personnelles que je peux mettre en avant ?
- Ces éléments ont-ils leur place en ligne ?
- Le fait qu'ils soient visibles auprès de professionnels du recrutement peut-il m'avantager ?
- Quels outils sont les plus pertinents pour la valorisation de mon parcours ?
- Quels outils peuvent-ils utiliser pour se construire une bonne présence en ligne ?

Pour ne citer que les grands classiques, voici une liste des outils fondamentaux à utiliser pour les jeunes diplômés :

- Les réseaux sociaux professionnels LinkedIn et Viadeo : on distingue souvent les deux pour leur envergure, ergonomie et origine différentes, mais on y retrouve parfois des contacts sur l'un et non sur l'autre. Pour ma part, j'invite fortement à être présent sur les deux.
- Le réseau social Twitter : il permet, entre autres, de suivre l'actualité sur les entreprises qu'on convoite d'intégrer, les professionnels qu'on connait ou qu'on souhaiterait connaitre, les leaders d'opinion qu'on apprécie. L'intérêt est également d'être suivi en retour en publiant des actualités liées à nos domaines de prédilection.
- Les réseaux sociaux étudiants : Yupeek et Wizbii
- Le CV en ligne : DoYouBuzz
- Les plateformes de blogging : Wordpress, Blogspot ou Tumblr
- Les cartes de visite en ligne, afin de réunir toutes ces présences numériques en un seul lieu: aliaz, Tiki'mee, Flavor'me, About-Me
- Les outils de veille : Google Alerts, Alerti, Pickanews
- Les outils pour partager ses réalisations : Slideshare pour partager ses présentations (mémoire, dossier...)
- La plateforme pour partager ses images et vidéos : Pinterest
- La plateforme pour partager ses lectures, ses articles sur un sujet précis : Scoop.it

Quels conseils as-tu à donner aux jeunes diplômés ?

Foncez ! Le web fourmille de gens ouverts et intéressants, mais aussi d'opportunités grandissantes pour les jeunes diplômés. Tous les sondages récents le montrent, les entreprises vont multiplier leurs actions de recrutement sur les médias sociaux pour recruter leurs talents et dénicher des profils ciblés. La génération Y est considérée comme habile avec les nouvelles technologies et plus généralement le Web. Pour la génération X, la maîtrise du digital est considérée comme acquise, voire en caricaturant, innée chez la génération Y. Les jeunes professionnels doivent donc se servir du web pour valoriser le plus adroitement possible l'ensemble de leurs réalisations ou, à minima, être présents sur un ou deux réseaux sociaux professionnels mis à jour régulièrement.

L'encouragement des proches, de l'école, des amis sont de bons points, mais ils ne permettent pas toujours de trouver un emploi. Ainsi les réseaux sociaux peuvent devenir sur le moyen /long terme des leviers intéressants.

Attention toutefois, comme dans la vie réelle, il n'y a pas de formule magique sur le web, les résultats viennent sur la durée. En somme, la logique est de relayer sur ses plateformes sociales toutes actions intéressantes, valorisantes aux yeux des professionnels de votre secteur et des recruteurs potentiels. Un judicieux mélange de 50% de savoir-faire et de 50% de faire-savoir.

Enfin, je conclurais sur les dérives à éviter car le Web créé cette formidable opportunité de communiquer en toute liberté sur ses réalisations et réussites mais attention toutefois aux comportements mégalomanes et au manque d'humilité. Ces comportements peuvent s'avérer très rapidement contre-productifs et, quoiqu'on en pense, très rapidement percés à jour.

Les maîtres mots pour une bonne présence en ligne restent donc : bonne volonté, pro-activité, patience, écoute, modestie et naturel. Depuis l'émergence des réseaux sociaux et l'ascension du web participatif, ces bons principes s'appliquent aussi bien à la gestion de son image réelle que virtuelle. Se glorifier en tant que jeune diplômé, c'est prendre le risque de s'exposer de manière inconsidérée et créer l'effet inverse de celui initialement souhaité. Il ne faut pas perdre de vue que toutes les actions menées sur le web laissent des traces et que c'est à l'internaute d'en prendre conscience pour s'investir quotidiennement sur le Web avec discernement et lucidité.

ETAT DES LIEUX : L'ACCES A L'EMPLOI DES JEUNES DIPLOMES

FABRICE MAZOIR

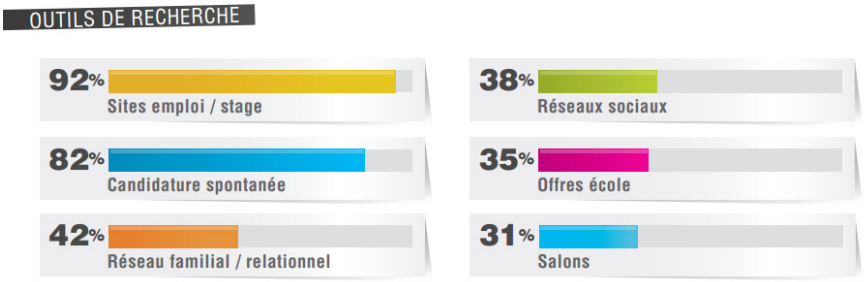
Fabrice Mazoir est Responsable éditorial des sites RegionsJob, ancien journaliste de presse écrite, blogueur spécialisé dans le domaine de l'emploi, de la formation et des ressources humaines. Il écrit entre autres sur le blog Mode(s) d'Emploi. Son compte Twitter : @f_m_r.

Pour les Jeunes Diplômés 2010 / 2011, la quête du premier emploi n'a pas été facile. La faute à la crise économique et ses conséquences sur l'emploi qui ont vite fait de cataloguer ces jeunes sous le triste label de « génération sacrifiée ». Mais qu'en est-il concrètement ? Pour le savoir, RegionsJob a interrogé plus de 4000 jeunes sur la durée de leur recherche d'emploi, leurs salaires d'embauche, les outils utilisés pour trouver un 1er job et les critères principaux qui ont joué dans leur choix.

Premier constat qui ressort de notre enquête menée auprès de 4299 jeunes diplômés, 63 entreprises et 68 écoles : la durée de recherche d'un premier emploi est très variable. 15% des jeunes diplômés déclarent ainsi avoir été embauchés à la suite de leur stage. Près de 20% ont mis moins de 3 mois avant de signer leur contrat et la même proportion entre 4 et 6 mois. Mais surtout, 39% des jeunes interrogés sont toujours à la recherche de leur 1er job, 10 mois après avoir décroché leur diplôme.

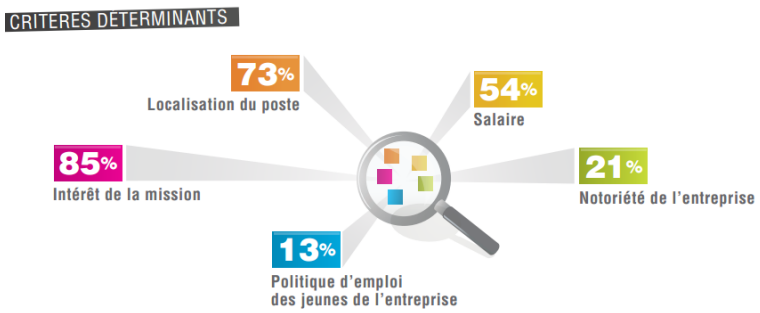
La candidature spontanée reste très utilisée

Au premier rang des outils utilisés dans le cadre de leur recherche d'emploi figurent les sites emploi (utilisés par 92% des étudiants), la candidature spontanée (82% des jeunes postulent de cette manière), loin devant le réseau réel (42%) et le réseautage virtuel (38%). Les sondés utilisent aussi le réseau de leur école via les offres d'emploi envoyées aux étudiants ou diffusées sur l'intranet. Enfin, 31% des jeunes diplômés se rendent sur les salons et forums de recrutement pour aller à la rencontre de leur futur employeur.



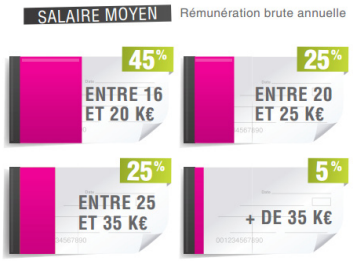
Les jeunes cherchent un emploi près de chez eux

Au niveau géographique, la majorité des jeunes interrogés cherchent un emploi en régions (71%) et en particulier dans leur région d'origine (38%). Une part des jeunes diplômés reste tout de même mobile pour trouver un emploi, 17% ont ainsi élargi leur recherche à la France entière et 9% souhaitent s'expatrier pour trouver leur premier job.
Le critère géographique semble une des priorités pour les jeunes diplômés 2010/2011 : 73% mentionnent en effet «la localisation du poste» comme un critère déterminant, juste après l'intérêt de la mission et avant le salaire (un critère important pour plus d'un jeune diplômé sur deux). Plus surprenant, les étudiants ne semblent pas se fier à la politique jeunes diplômés affichée par les entreprises : 13% des personnes interrogées seulement indiquent que cet engagement constitue un critère important pour choisir une entreprise.


CRITERES DETERMINANTS
73% Localisation du poste
54% Salaire
85% Intérêt de la mission
21% Notoriété de l'entreprise
13% Politique d'emploi des jeunes de l'entreprise

Quel salaire pour les jeunes diplômés ?

Et pour les jeunes qui ont réussi à décrocher un emploi après leurs études, quel type d'emploi ont-ils trouvé ? En majorité, il s'agit d'un temps plein (dans 93% des cas), en CDI (43% des jeunes embauchés), en CDD (34%) ou en intérim (15%). Et côté salaire, les jeunes embauchés se situent plutôt dans une fourchette entre 16 et 20K€ annuels pour 45% d'entre-eux, entre 20 et 25K€ pour un quart des répondants, un autre quart touchant quant à lui entre 25 et 35K€. Seule une petite part (5%) des diplômés de la promotion 2010/2011 touche plus de 35K€ annuels dès le premier emploi.



Le salaire, c'est justement un des motifs de déception de ces jeunes récemment embauchés, juste après l'ambiance dans l'entreprise qui ne correspond pas aux attentes de 45% des jeunes Dip' interrogés.

Mieux vaut avoir un Bac+5…

Du côté des entreprises, l'enquête permet de mieux cerner le profil idéal du jeune diplômé. 87% des employeurs interrogés déclarent ainsi avoir cherché à recruter des jeunes diplômés en 2011, 76% des entreprises souhaitent en recruter encore en 2012.
Pour une entreprise sur deux, les besoins s'orientent en priorité vers des profils Bac+5 dans le domaine commercial, l'informatique, l'ingénierie ou administratif. Au niveau de leurs attentes, les employeurs plébiscitent la connaissance de l'entreprise indispensable pour que l'intégration se passe bien. Ils citent aussi la responsabilisation et le savoir-être, une qualité complémentaire indispensable au savoir-faire acquis durant les études, les stages ou l'apprentissage.

COMMENT DEVIENT-ON COMMUNITY MANAGER QUAND ON EST ETUDIANT ?

FLAVIEN CHANTREL

Flavien Chantrel est commmunity manager pour RegionsJob depuis 5 ans et formateur sur le thème du recrutement et des réseaux sociaux.

C'est également un blogueur assidu, très actif sur Twitter. Il a créé le Blog du modérateur lors de son arrivée à RegionsJob en 2007.

Les métiers du digital font rêver plus d'un jeune diplômé. Le mythe de l'ambiance start-up joue forcément, celui du community manager qui passe ses journées sur Facebook aussi. Si ces deux aspects sont des mirages que la plupart ne verront jamais, le web reste avant tout **un des plus gros réservoirs d'embauches pour les mois à venir**. A tel point que même le Pôle Emploi s'intéresse de près à ce marché, à ses 400 000 emplois et à ses 42 milliards de chiffre d'affaires. Comment ? En formant des jeunes et des personnes ayant du mal à s'insérer professionnellement. Bien sûr, la réalité n'est pas aussi simple. Le web est un secteur complexe qui demande des aptitudes particulières et un état d'esprit propre. Bien loin de moi l'idée d'avoir un discours élitiste, ce n'est pas parce qu'on travaille dans le web qu'on a plus de compétences qu'un autre. Disons simplement que **l'évolution rapide des techniques, usages et outils demande une remise en question permanente, un apprentissage au quotidien, une curiosité naturelle**. Mais pas que…

Si c'est vrai pour la plupart des métiers du web, cela l'est encore plus pour le community management. Tout simplement parce que les tâches qui composent ce poste sont floues, beaucoup plus que d'autres fonctions clairement délimitées et qui demandent des compétences précises. **On a peu de recul et d'indicateurs pour distinguer le bon du mauvais**. Et comme beaucoup de métiers de la communication, le CM attise bien des envies (et attire les trolls, mais ça c'est autre chose). Vu de l'extérieur, cela ne parait pas bien compliqué. Parler avec des gens, s'occuper d'espaces sur les médias sociaux, un petit article de temps en temps… Why not ? Le problème, c'est de **se démarquer des autres personnes** qui souhaitent se réorienter ou s'orienter tout court vers ce métier. Plus le temps passe, plus il y a de candidats, et moins il y a de postes disponibles.

Une fois les compétences de base apprises via une formation, qu'elle soit initiale ou pas, il vous faudra vous attaquer au plus important dans la gestion de votre employabilité. Ou plutôt, il faudra vous y mettre bien avant. Car une fois sur le marché de l'emploi, cela risque d'être un peu tard. Je parle bien sûr **du réseau et de la veille/pratique**. Tout étudiant un tant soit peu intéressé par le web se doit d'en prendre conscience ! Petit tour d'horizon de ces deux aspects.

S'il y a un métier empirique, c'est bien le community management. Ne vous attendez pas à trouver des recettes toutes faites, il n'en existe pas. **C'est avant tout une question de pratique et d'expérimentations**. Comment savoir ce qui fonctionne si on n'a pas tout essayé ? Chaque communauté étant différente, il est impossible d'être un spécialiste complet de la question. Ce n'est pourtant pas une raison de vous décourager. C'est en se frottant à des cas pratiques que vous apprendrez. **Commencez par lire, observer, écouter, discuter avec des personnes évoluant dans ce milieu.** Cela vous permettra de trouver des sources d'informations, des retours d'expérience et de vous créer une veille complète qui vous forgera votre opinion.

Avantage certain de cette veille, la connaissance des outils. Car oui, les communautés sont toujours différentes, les entreprises aussi, sans parler des ressources ou des contraintes. Mais le temps que vous aurez passé vous servira à constituer un socle solide et important pour la suite. Et surtout, vous connaîtrez les outils. Réseaux sociaux, facilitateurs de dialogues, outils d'alertes et de veille… Ce temps sera tout sauf perdu. Et surtout, vous pourrez **commencer à prendre des réflexes pour tout ce qui concerne les changements de paramètres, les nouveautés, les réseaux sociaux qui passent et trépassent**… Bref, prendre le pli du web.

Deuxième avantage, la constitution d'une première expérience. Parce qu'honnêtement, finir son Bac+5 et postuler à un poste de community manager sans avoir de compte Twitter, sans jamais avoir touché à un blog ou à un agrégateur RSS, c'est foncer droit dans le mur. Même quand on cherche un stage… Le CM offre sa chance aux autodidactes, il faut savoir la prendre. Mais cela demande de la pratique à défaut d'expériences à un poste bien défini. **Un débrouillard qui traîne en ligne depuis des années aura bien plus de chances qu'un employé de la COGIP qui bosse dans le vide depuis deux ans**. Se faire des lignes sur son CV, ça n'a pas de prix pour vous différencier. Et au moins, vous saurez si le métier vous plaît !

Le deuxième aspect important quand on est étudiant et que l'on se prépare à un poste de community manager, c'est de ne pas attendre de sortir de ses études pour commencer à se constituer un réseau. C'est certes un marronnier du recrutement, mais il prend tout son sens dans notre secteur. On savait déjà que la cooptation concernait une bonne partie des postes en France. Mais dans le community management, c'est encore plus le cas ! **Les contacts et le réseau jouent un rôle primordial dans l'accès à l'emploi**. La plupart des offres passent d'ailleurs par Twitter et assimilés. Sans aller spammer les personnes qui travaillent dans ce secteur, il est important de commencer tôt à les fréquenter, à suivre les spécificités de chacun (des agences notamment, grosses pourvoyeuses de postes) et à échanger avec elles.

Pour commencer cette démarche, rappelez-vous simplement de rester vous-même. Le but n'est pas de faire copain-copain avec tout le monde. Comme partout, il y a du très bon et du très mauvais dans le monde des CM, le but est simplement de vous rapprocher de ceux avec qui vous avez des atomes crochus ou la même vision du métier. En dehors du plaisir immédiat de l'échange, cela vous permettra d'obtenir des conseils, de suivre de plus près l'actualité, de vous offrir aux opportunités de postes qui trainent. Même constat pour les entreprises ou agences. **Abonnez-vous à vos futurs employeurs potentiels pour être sûr de ne rien rater !** Et n'attendez pas de postuler pour échanger avec elles.

C'est ce réseau qui vous permettra peut-être de trouver votre premier emploi, alors soignez-le bien. N'essayez pas de profiter des gens, les échanges unilatéraux sont stériles. Rendez service, discutez, rapprochez-vous de ceux qui vous ressemblent. Les relations factices sont vouées à l'échec d'un côté comme de l'autre, et rien n'est plus insupportable que quelqu'un qui agit uniquement par intérêt. Encore une fois, soyez simplement vous-même ! Si vous êtes vraiment intéressé par le community management et que vous passez du temps sur le sujet, le reste devrait venir naturellement. Le tout est de s'y prendre tôt.

Reste le cas des forums et blogs collaboratifs, comme My Community Manager et ses espaces sur Facebook. Ce genre de groupes a beaucoup à vous apporter. Mais encore une fois, ne grillez pas les étapes en essayant de tirer la discussion vers vous et en monopolisant la parole avec des demandes d'aides. Prenez le temps de vous faire votre propre expérience pour avoir quelque chose à apporter aux autres. **Essayez ensuite d'intégrer ces espaces et d'y être actif, cela vous apportera beaucoup humainement et professionnellement**. Mais aussi en termes d'employabilité et d'accès aux offres du marché caché.

Ah mais le web c'est facile ! Vu comme ça, pas besoin de se galérer en cours, il suffit de s'y mettre tôt, les études sont secondaires ! Ce lieu commun est bien sûr complètement faux. Certes le web est ouvert à des profils atypiques et aux autodidactes. **Mais la voie royale reste la validation d'un diplôme (Bac+5 de préférence) dans la communication ou le marketing.** Et cela pour de multiples raisons !

Tout d'abord, ils offrent la possibilité de faire des stages (et d'en trouver facilement). Ne croyez pas les discours qui ont tendance à condamner les stages comme étant des lieux d'esclavagisme. Un stage, c'est un parfait lieu d'apprentissage qui vous permettra de consolider vos connaissances et de vous faire une solide expérience. Il faut en passer par là, embaucher quelqu'un qui n'a pas connu le community management en entreprise, c'est difficile à concevoir. **Le stage crédibilisera votre démarche, sans compter la possible ouverture vers un poste si l'entreprise ou l'agence chez qui vous êtes a des besoins récurrents.** A vous de choisir le bon lieu d'accueil.

Le deuxième aspect important est le contenu des cours. Le marketing et la communication, c'est bien plus large qu'une simple présence sur les réseaux sociaux. Si vous ne voyez pas le tableau global, il vous sera difficile d'agir de manière cohérente et de donner du sens à votre travail. La théorie est importante, ne la négligez pas. C'est souvent ce qui fait la différence entre un bon et un mauvais profil… Alors soyez assidus pendant vos classes !

Étudiants, vous savez ce qu'il vous reste à faire ! **N'attendez pas demain pour vous y mettre.**

Crédit image 1 (via Mode(s) d'emploi) et image 2

CHAPITRE 2

Paroles de recruteurs

HERVE WEYTENS

Passionné d'informatique, Hervé Weytens a travaillé auparavant dans la grande distribution puis en SSII et dans les Télécoms, avant de s'orienter dans les ressources humaines depuis maintenant 8 ans. Il a également évolué dans le football de haut niveau, au LOSC. Diplômé de l'EDHEC Executive, c'est un recruteur attentif à la diversité des parcours et aux profils atypiques, conscient des difficultés rencontrées par les jeunes diplômés. Son parcours professionnel en est l'illustration. Il nous explique aujourd'hui comment parvenir à se mettre en valeur malgré le manque d'expérience.

• Chercher un travail n'est pas évident, y'a-t-il des bonnes habitudes à prendre dans ce domaine dès le départ ?

Avant de se lancer dans sa recherche d'emploi, il est important de s'organiser, tout d'abord ; prendre le temps de faire un bilan de son parcours, même si on est jeune diplômé. L'objectif est de prendre du recul sur ses points forts, ses points faibles et ses points d'amélioration. C'est important de le faire avant de se lancer, afin de savoir ce que l'on va apporter à une entreprise et ce que l'on recherche. Il faut savoir se dire « *Aujourd'hui j'ai un diplôme, qu'est-ce qu'il me manque, qu'est-ce que je vais pouvoir apporter à l'entreprise ?*» Et ensuite : « *Qu'est-ce que j'ai envie de faire ?* » Il faut savoir se projeter à court et à moyen terme.

• Et il faut aussi savoir puiser dans des expériences extra-professionnelles, pour aller chercher d'autres qualités ?

Effectivement, quand on est jeune diplômé et que l'on veut être chef de projet, on n'a pas nécessairement d'expérience en management, dans ce cas il faut pouvoir s'appuyer sur des activités extra-professionnelles et les mettre en avant. Le sport ou la gestion d'un BDE par exemple peuvent être des expériences intéressantes à détailler pour transposer ses aptitudes managériales en entreprise. Même si ce n'est pas du management hiérarchique à proprement parler, savoir coordonner une équipe de 22 joueurs ou gérer une association n'est pas si simple. Il faut sortir du cadre pour trouver des points d'appui et montrer qu'on a une aisance dans ce domaine, qu'on a certaines aptitudes. De cette façon, on peut apporter une vraie plus-value et une différence à son parcours ainsi qu'à son CV. C'est ce qui permet au candidat de personnaliser son profil, par l'enrichissement et l'explication de ses expériences. C'est vraiment un plus.

• Concrètement, comment peut-on mettre en avant ces aptitudes, avant même l'entretien ?

Un CV doit à la fois susciter l'intérêt, sans trop en dire non plus, pour obtenir un entretien; et en entretien pouvoir apporter des éléments complémentaires pour se différencier des autres. Il ne faut pas hésiter à mettre en avant ses expériences extra-professionnelles : du bureau des élèves, vie associative, de gestion de voyages ou autres dans le CV. Cela peut compenser le manque d'expériences. Parfois, des profils ne correspondent pas au cahier des charges imposé par le client, mais c'est la passion qui va les animer et ils vont parfois avancer plus vite car la passion crée une motivation naturelle. C'est ce qu'on appelle le savoir-être. C'est une qualité importante, il faut l'avoir en tête, mais il ne faut pas jouer un rôle, il faut être soi-même, sinon on le remarque tout de suite.

• Parfois, le découragement peut venir, quand on envoie beaucoup de candidatures sans réponse positive. Comment rester motivé ?

Comme je le disais, faire le point sur soi-même va permettre de trouver une stratégie, un angle d'approche vis-à-vis de notre cible d'entreprise ou secteur d'activité. Il faut transmettre un message clair, d'abord sur le CV et ensuite pendant l'entretien. Cela permet d'être plus pertinent. La motivation est un point déterminant, capital. Il faut adopter une attitude positive au quotidien : au téléphone, dans les salons… Il ne faut pas s'isoler, il faut en discuter avec ses amis. Il faut savoir provoquer la chance, au travers des rencontres que l'on peut faire par exemple. Il faut en parler à son entourage, car il y a toujours quelqu'un qui connaît quelqu'un qui recrute. Cela permet aussi d'échanger sur sa façon de faire : s'y prend-on bien ou pas sur sa recherche d'emploi ? Et ainsi de corriger ou de prendre en compte les conseils et de réorienter sa recherche.

• Comment peut-on faire pour obtenir sa première expérience ? Est-ce que l'intérim ou les CDD peuvent être déterminants pour la suite ?

En effet, l'intérim est un bon moyen pour démarrer dans la vie active et surtout pour mettre en pratique ce qu'on a appris pendant ses études, c'est primordial. Aujourd'hui, les entreprises ne veulent pas perdre de temps, justement cela permet de montrer que l'on est opérationnel de suite, et que l'on est capable de s'adapter à tout type d'organisation, de culture d'entreprise et de contexte.

Il faut savoir faire des concessions dans certains cas, et revoir son niveau d'exigences pour intégrer le monde du travail plus facilement. Il ne faut pas viser trop haut et voir les échelons à franchir. C'est un bon moyen de se faire connaître, de rester actif et dynamique, et de mettre un pied dans l'entreprise. J'ai beaucoup de mes candidats qui commencent par des missions d'une semaine, un mois, et qui finissent par créer leur poste car ils deviennent essentiels. Avant de penser au poste de ses rêves, il faut savoir faire ses preuves et l'évolution se fera naturellement.

Source photo : Unhindered by Talent

• Imaginons, deux jeunes diplômés viennent pour le même poste, avec plus ou moins la même formation et les mêmes expériences. Qu'est ce qui va faire la différence entre les deux ?

Déjà, il faut que le CV tienne sur une page. Pour les jeunes diplômés, en faire plus est inutile. Il faut qu'il soit synthétique, clair et précis. La créativité c'est bien, mais elle ne doit pas occulter le message principal. Il faut trouver le bon dosage.

Une technique simple qui permet d'aller à l'essentiel, c'est la technique CAR : Contexte, Actions (ou missions) Résultats. Il faut expliquer le contexte dans lequel on a évolué, pour permettre au recruteur de savoir ce que représentent vraiment les expériences passées. Par exemple, un Ingénieur ou un Chef de Projet n'aura pas les mêmes missions suivant la taille, l'organisation de l'entreprise dans laquelle il se trouve ! Concrètement, il faut expliquer l'activité de l'entreprise, le nombre de personnes, l'environnement technique (essentiel dans l'informatique). Concernant les Actions ou missions, il faut expliquer ce que l'on a fait au quotidien. Pour les Résultats : par exemple, si l'on a effectué une migration informatique de 1 000 postes en deux mois, tout en respectant les délais et la qualité de service. Cela permet d'être concret. Enfin en entretien, on complète l'explication de l'expérience avec des informations complémentaires, cela permet de transmettre sa passion ou autre en abordant les choses de façon positive, tel que l'apport personnel (ce que je retire de cette expérience ou ce que j'ai acquis comme compétences) et l'apport professionnel (l'impact de mon travail dans l'entreprise : respect des délais, développement d'une base de données etc). De plus, avec ces éléments concrets le candidat se place dans une logique de confiance et de transparence. Cela permet au candidat en entretien d'avoir une présentation structurée et organisée et surtout de ne rien oublier, tout en étant clair, et au recruteur d'avoir une vision complète des champs d'actions et d'interventions, et aussi du niveau de responsabilité du candidat.

• Pour le sourcing, quels outils utilises-tu ? CVthèques, banques de candidats…

Exactement. Il y a le site Internet de mon groupe. Cela nous permet d'avoir des profils ciblés et spécialisés répondants aux demandes et aux spécificités des marchés en région. Pour compléter cet outil, il y a l'ensemble des jobboards, RegionsJob par exemple que l'on utilise régulièrement, pour le passage d'annonces et la CVthèque. Nous scrutons les nouveaux profils qui arrivent. Un point qui est également important dans les IT et le Web : la cooptation, le relationnel. L'évolution du recrutement 2.0, c'est vraiment l'échange et le lien avec les gens.

• Quelles sont les meilleures manières de chercher un emploi lorsque l'on est jeune diplômé : réponses aux annonces, jobboards, réseaux sociaux…?

Il ne faut négliger aucun des canaux ! Réponse spontanée, utiliser le réseau, les technologies, s'inscrire sur les différents jobboards, c'est bien. Il faut savoir cibler ses candidatures. Les CV vidéo, par exemple, ne doivent pas être une finalité mais un moyen de réussir. Est-ce que c'est important de personnaliser à chaque fois sa lettre de motivation et son CV ? C'est primordial ! Il faut faire un minimum de recherches : aujourd'hui, le Web permet d'obtenir beaucoup d'informations. Par exemple, si l'on voit que l'entreprise est implantée à l'étranger et que l'on veut faire une carrière à l'international, cela va apporter une plus-value à la lettre et au CV de fait sortir du lot. Si on est bilingue anglais, il faut le mettre ! Il faut cibler le message que l'on veut transmettre. C'est un enrichissement pour le recruteur par rapport aux lettres types. Il faut humaniser sa candidature. Les lettres bateau sont vite écartées.

• Et pour les CV en ligne ? Comment est-ce possible de les personnaliser ?

En ligne, c'est un peu plus compliqué car les champs et les paramètres sont figés, on ne peut pas faire ce que l'on veut. Il faut donc qu'à la lecture du parcours, on puisse voir le niveau de maturité et d'opérationnalité du candidat. Il faut trouver le bon argument pour donner envie au recruteur de nous rencontrer, et en entretien on peut aller plus loin, en apportant des éléments complémentaires.

• Un aspect important : tout ce qui est extra-professionnel. Comment un jeune diplômé peut y penser avant de terminer ses études et préparer son avenir pendant son cursus ?

Ces activités, c'est essentiellement de la passion. C'est savoir transposer ses aptitudes par rapport à ses expériences. Par exemple, faire une mission humanitaire en Afrique, ça veut dire beaucoup d'humilité, remise en question, sens du partage, capacités d'adaptation… Ce sont des valeurs et du savoir-être. Le blog est aussi un bon complément au CV, permettant de mettre en avant concrètement ses compétences et ses centres d'intérêts. Il faut donner envie au recruteur ! Le choix du stage de fin d'étude est très important. Il faut prendre en compte son projet professionnel. Même avant la fin de ses études, il faut savoir ce que l'on veut faire. Il ne faut pas être passif, mais être acteur de son parcours, et anticiper. Par exemple, j'ai vu la semaine dernière une vidéo d'un jeune de 14 ans qui a développé une application pour iPhone : c'est déjà une façon d'anticiper et de montrer ce dont on est capable ! Le monde et le recrutement avancent très vite, il faut savoir anticiper.

• Quel serait ton meilleur conseil à donner aux jeunes diplômés ?

Un profil est apprécié dans sa globalité : à la fois dans la communication online (jobboards, blogs etc) et aussi dans sa personnalité. Le fait de faire un CV dynamique, original doit vraiment représenter son parcours et correspondre à sa personnalité. Il faut être différent des autres, et trouver le bon ton dans le message que l'on veut transmettre. Pour terminer, l'identité que l'on se construit sur internet est extrêmement importante et il faut faire attention à son e-réputation.

• On parle justement de plus en plus d'identité numérique, quel rôle peut-elle jouer pour un jeune diplômé ?

L'identité numérique pour un jeune diplômé est aujourd'hui très importante car le recruteur va pouvoir en amont d'un entretien de recrutement se renseigner, se faire une opinion, évaluer la réputation numérique du candidat qu'il va rencontrer. C'est pourquoi la maîtrise de sa communication et une certaine cohérence entre les différents profils utilisés : Viadéo, LinkedIn… sont primordiales. Aussi, il ne faut pas hésiter à être sélectif sur les informations diffusées sur l'ensemble des médias sociaux accessibles par tous, par exemple sur : Twitter, Facebook, Youtube, Blog… Car sur Internet, une fois qu'une information est diffusée, elle reste, même après plusieurs années. En effet, cette démarche de « GOOGLER » un candidat, est devenue un réflexe voire une formalité dans le processus de recrutement d'un nouveau collaborateur pour les entreprises, recruteurs, cabinets de recrutement…
D'où l'importance de prendre les bons réflexes, d'anticiper les conséquences et de soigner son e-réputation.

• Quels rôles peuvent jouer les réseaux sociaux pour cultiver cette fameuse identité numérique ?

Les réseaux sociaux poursuivent leur développement et leur rôle ne cesse d'évoluer. Ils contribuent notamment à la transformation du recrutement et des Ressources Humaines. Les réseaux Sociaux deviennent un support de diffusion très intéressant et complémentaire pour un jeune diplômé. En effet, cela permet de mettre en avant sa maîtrise technique des outils et nouveaux canaux de communication, tout en permettant la mise en avant de sa motivation, de ses compétences professionnelles et extra-professionnelles. Enfin, cela permet de se montrer dynamique dans sa recherche d'emploi et de se différencier par rapport à tous les autres candidats. Pour le recruteur, cela devient une source d'information complémentaire au CV et à l'entretien de recrutement et cela permet de connaitre d'avantage le candidat.

N'hésitez pas à optimiser votre présence et à utiliser les réseaux sociaux en toute simplicité, seule la qualité du contenu que vous diffuserez vous permettra de valoriser davantage votre profil et sera beaucoup plus efficace.

PUSH MY CAREER : L'OPERATION QUI ACCOMPAGNE LES JEUNES DIPLOMES

SOCIETE GENERALE

Pour la deuxième année consécutive, Société Générale organise l'opération Push My Career. Via une application Facebook dédiée, l'entreprise propose d'accompagner les candidats, de la rédaction du CV à l'entretien, en passant par la gestion de l'e-réputation. Les jeunes diplômés sont les principaux visés, certains d'entre-eux signeront leur promesse d'embauche en CDI lors de journées de recrutement. Aujourd'hui, Catherine Ertzscheid, Responsable Stratégie Médias Sociaux à Société Générale, nous en dit plus sur l'opération Push My Career et les possibilités offertes aux candidats.

Société Générale a mis en place une page Facebook, Push My Career. Qu'y retrouve-t-on ?

Notre page Facebook est avant tout une application, un site créé au sein de Facebook. Nous y retrouvons des conseils d'experts, qui travaillent dans le secteur de l'emploi. Le site a été construit comme un organisme vivant : il offre de l'information au fur et à mesure d'un process classique de recrutement. Quelle que soit la finalité de l'internaute, qu'il postule ou non à Société Générale, il retrouve des conseils, pour chaque étape du processus. Outre les conseils d'experts en vidéo, on retrouve des aides à la rédaction du CV et de la lettre de motivation.
Des sessions de coaching en live ont également été organisées pour les préparer à l'entretien, sous forme de visioconférence : plusieurs coachs sont intervenus au cours du mois d'avril. Les internautes ont également pu, de manière totalement anonyme, poser des questions aux coachs présents. Le fait que les questions soient anonymes permet aux candidats de poser vraiment toutes les questions qu'ils souhaitent. Il s'agit d'un moment et d'un endroit privilégiés. Les coachs ont reçu les questions et ont pu y répondre au fur et à mesure.

Après chaque session de coaching live, une restitution est disponible : un replay en vidéo et une synthèse écrite des interventions sont mis à disposition. Cela permet aux internautes de retrouver l'information sur la page, en différé.

Nous partageons également de l'information via le mur Facebook (billets de blogs intéressants...), chacun peut y poser des questions directement, et nous y répondons. Au final, les internautes ont de multiples canaux à leur disposition pour nous poser des questions : le mur, le chat anonyme via l'application, et l'email : contact(at)pushmycareer.fr.

Pourquoi avez-vous fait le choix de centraliser ces informations sur une application Facebook ?

L'application constitue réellement le cœur de Push My Career, qui pourrait être réalisé sous la forme de mini-site évènementiel. Nous avons fait le choix stratégique d'inclure Push My Career dans Facebook pour mieux correspondre à notre cible : Bac+2 ou baccalauréat avec expérience de plus de 18 mois en relation clientèle. Notre cœur de cible se situe dans les 20 à 25 ans, mais pas que : un candidat de 30 ans, qui dispose d'une expérience correspondante, peut tout à fait postuler. Les postes sont, en effet, principalement destinés aux jeunes diplômés, mais pas uniquement.

Les 18-35 ans représentent environ 50% de la population inscrite sur Facebook en France. Nous nous sommes positionnés là où se trouve notre coeur de cible. Par ailleurs, Société Générale s'est fixé comme objectif de devenir un partenaire de carrière. Nous nous sommes aperçus que les jeunes diplômés éprouvent des difficultés lorsqu'ils arrivent sur le marché du travail : de la rédaction du CV à l'entretien, il n'est pas toujours évident d'entrer dans la vie active. Nous leur faisons une proposition, en offrant du contenu qui leur sera utile, qu'ils souhaitent ou non postuler au sein de Société Générale. Nous avons donc un double intérêt à être sur Facebook : les personnes que nous souhaitons recruter y sont, et celles qui éprouvent des difficultés à entrer sur le marché du travail s'y trouvent également.

Tout le monde n'est pas sur Facebook, même si beaucoup y sont inscrits. Nous avons donc pris le parti d'une ouverture complète du service : il est possible d'accéder à l'intégralité de la page et notre application sans être inscrit ou logué, et sans avoir besoin de liker la page. Vous pouvez donc regarder les vidéos ou poser vos questions sans être inscrit au réseau social. L'accessibilité à l'information est ainsi garantie.

Il s'agit de la seconde édition de Push My Career. Quel est votre bilan de la première session ?

Sur l'application, une vidéo présente un condensé de la session de l'année dernière. Au niveau du recrutement, l'opération réalisée en mai 2011 fut un beau succès : nous avons reçu 2000 CV, convoqué plus de 400 personnes, pour au final recruter 105 personnes, en CDI. Une journée de recrutement, c'est toujours un moment fort. Le côté humain est très important, c'est une grande équipe qui travaille sur ce genre d'opération. Le retour des candidats, qui ont partagé leurs expériences, a été très important pour nous. C'est fort de leur retour et des études autour des jeunes diplômés, que nous avons pensé que plusieurs choses pouvaient être apportées pour améliorer l'expérience, : notamment le coaching.

Quels sont vos besoins de recrutement ?

Pour 2012, le Groupe envisage de recruter 2500 CDI. S'agissant plus spécifiquement de l'opération Push My Career, nous cherchons à recruter 60 personnes sur Paris, et 15 personnes sur Lyon. Ensuite, en fonction des besoins de recrutement, nous pourrons organiser d'autres sessions, dans d'autres villes, au cours de l'année. Les postes à pourvoir sont : conseiller d'accueil H/F, et conseiller de clientèle multimédia H/F. Nous recherchons les deux profils pour l'Ile-de-France, et uniquement des conseillers de clientèle multimédia H/F à Lyon. Vous pouvez retrouver une description des postes directement via l'application Push My Career.

Comment participer aux journées de recrutement ?

Les candidats déposent leur candidature sur le site de recrutement (le lien est disponible sur l'application). Ils créent leur profil, postent leur CV et leur lettre de motivation. Les recruteurs effectuent une présélection, les candidats étant informés par email du résultat. Les personnes sélectionnées sont ensuite invitées à participer aux journées de recrutement.

Comment se déroulent ces journées de recrutement ?

Les candidats sont accueillis tous ensemble le matin, par un coach. C'est un moment d'accueil, pour mettre tout le monde en confiance, faire redescendre le stress. Nous souhaitons que tout le monde s'encourage, que l'autre ne soit pas vu comme un concurrent. Ensuite, ils passent un test écrit de recrutement. Une table ronde est ensuite organisée, pendant laquelle un représentant des ressources humaines de la banque de détail va intervenir, avec trois «anciens» recrutés via l'opération Push My Career 2011. C'est l'occasion pour tous les candidats de profiter de témoignages de jeunes collaborateurs mais aussi de poser toutes leurs questions. Ils vont ensuite tous déjeuner ensemble.

Après le déjeuner, les résultats aux tests du matin sont communiqués aux candidats. Les candidats non retenus, s'ils le souhaitent, pourront rencontrer un coach afin de comprendre pourquoi ils ont échoué et surtout comment profiter de cette expérience et de tout ce qu'ils ont appris. Les candidats retenus pourront eux échanger avec un coach pour se préparer aux entretiens. L'après-midi sont organisés un entretien RH puis un entretien de motivation. S'ils sont retenus, ils signent leur promesse d'embauche le soir même. S'ils n'ont pas été retenus, ils pourront revenir vers nous pour comprendre pourquoi, obtenir des conseils, etc.

Comment gérez-vous l'opération ?

Nous gérons l'organisation en interne, et beaucoup de personnes sont mobilisées : recruteurs, services communication, recrutement, ressources humaines, gestion web, gestion évènementielle, animation de la page, du site, des lives...
Les coachs sont quant à eux externes, pour respecter notre positionnement de partenaire de carrière. L'information ne venant pas directement de Société Générale, nous souhaitons que les candidats en saisissent le caractère quasi universel. Nous trouvons que ce choix permet une meilleure neutralité, nous souhaitons réellement nous placer dans une logique d'accompagnement. Nous avons bien évidemment des besoins de recrutement, et nous serons très heureux d'accueillir beaucoup nos nouveaux collaborateurs, mais si les entretiens n'aboutissent pas, nous souhaitons que les candidats valorisent l'expérience qu'ils auront vécue, que les conseils reçus pendant le processus leur soient utiles pour la suite (pour candidater au sein d'une autre entreprise, ou retenter leur chance auprès de nous).

Comment communiquez-vous autour de l'opération Push My Career ?

Nous avons fait une campagne média print et web, ainsi qu'une opération relation-presse digitale : nous nous inscrivons vraiment dans une démarche digitale. Par ailleurs, nous avons fait un peu d'achat média sur Facebook, et via Google Adwords. Ensuite, le bouche-à-oreille fait que ça fonctionne. Sur Twitter, notamment, les gens partagent l'information car il y a du contenu : nous ne sommes pas là pour vendre un produit, nous faisons une proposition de valeur. Que les gens postulent ou non chez nous, une information pertinente leur aura été apportée.

Pour quelles raisons utilisez-vous principalement le format vidéo ?

Les vidéos d'experts qu'on trouve sur l'application sont également disponibles sur le site carrière. Nous faisons de la vidéo pour mettre l'humain au coeur de nos dispositifs digitaux. Il y a réellement une personne, qui partage directement son expérience, à l'inverse d'une notice stéréotypée par exemple. Cela nous semble important d'avoir cette relation humaine. C'est aussi pour cela que nous faisons des sessions de coaching en live. Nous aurions très bien pu nous arrêter à la session chat, avec un modérateur pour trier, reformuler les réponses, mais ce n'est pas notre vision.

Nous avons choisi une procédure qui montre que quand les candidats vont arriver à un entretien, ils auront quelqu'un en face d'eux. Nous avons observé que ce qui bloque les candidats dans un processus de recrutement, c'est qu'ils pensent parfois que le recruteur est contre eux, alors qu'en réalité ce n'est pas le cas. Nous cherchons aussi à montrer que le recruteur n'est pas hostile : c'est un humain, avec ses émotions etc. Montrer au candidat qu'il y a réellement une personne en face d'eux, qu'il peut interagir avec, est très important pour nous.

Enfin, nous sommes tous dans des moments où la gestion du temps est complexe. La vidéo permet de mettre en route le média, et continuer à naviguer sur d'autres choses en bénéficiant tout de même de l'essentiel. Nous avons choisi le format vidéo pour nous adapter à l'usage et aux types de consommation des internautes.

OPEN

OPEN embauche chaque année 20% de jeunes diplômés. Entretien avec Hélène Tréhour, chargée de recrutement à Rennes et Nicolas Deschamps, Directeur Business Unit Rennes-Lannion, bien placés pour délivrer des conseils aux candidats-jeunes diplômés !

Pour commencer, pour quelles raisons recruter des jeunes diplômés ?

Nous avons deux types de population : soit des gens qui ont le recul suffisant pour devenir experts, soit des gens qui partent de zéro, mais nous avons besoin du dynamisme et de la sensibilité des jeunes diplômés. Et j'insiste sur ce sujet : on sait tous très bien que la génération actuelle n'a pas le même contact avec les objets du système d'information que les autres générations, même à peine plus anciennes.
C'était la première raison, culturelle. Un deuxième point : le renouvellement des générations ! Naturellement, en SSII, les gens partent pour rejoindre une société plus classique où ils trouveront davantage de stabilité un fois qu'ils ont fait leur expérience.

Comment attirez-vous les jeunes diplômés ?

La première chose, c'est d'engager la conversation avec eux en amont, lorsqu'ils sont encore étudiants. OPEN a une politique particulière envers les écoles d'ingénieurs, il y en a une vingtaine avec lesquelles nous avons des contacts privilégiés. Participer avec eux à des conférences métiers pour leur faire connaître notre société et nos différents métiers, les aider avec des simulations d'entretien… Nous prenons également des étudiants en stage, bien évidemment.
La seconde manière : nous avons aujourd'hui une approche différente pour le recrutement, nous misons également sur les réseaux sociaux. Nous réussissons à contacter les jeunes diplômés sur Facebook et les réseaux sociaux professionnels.

Quels conseils donneriez-vous aux jeunes diplômés pour trouver leur premier emploi ?

Chez les jeunes diplômés, ce que l'on regarde en premier, ce sont les stages qu'ils ont faits. Il faut qu'ils portent une attention particulière au choix de leurs stages ! En général, les jeunes diplômés en écoles d'ingénieur réalisent deux stages, il faut essayer d'en faire sur des technologies différentes, dans des secteurs d'activité différents, pour avoir un bagage un peu plus important.

Embaucher un jeune diplômé, c'est forcément un pari, par rapport à quelqu'un qui est expérimenté. Ce pari porte notamment sur sa capacité à s'adapter au monde de l'entreprise, parce qu'il y a un décalage fort entre l'école et l'entreprise. Le stage permet de compenser cela. Ce qui va jouer, au-delà de la compétence technique dont on va juger qu'elle est à peu près équivalente pour tout le monde, c'est la capacité à restituer ce qu'ils ont compris de l'entreprise. C'est aussi la capacité à montrer qu'ils vont avoir envie de s'impliquer dans l'entreprise. Autrement dit, avoir compris qu'ils allaient passer d'un statut d'étudiant à un statut de professionnel, et de montrer que ça les intéresse.

Lorsque l'on est jeune diplômé, il peut être difficile de réaliser un bon CV. Comment faire pour réussir à passer cette étape ?

Ce qui n'est pas une bonne technique, c'est d'écrire les 27 langages de programmation qu'ils ont vus à un moment où un autre. Ça ne sert à rien, car on n'en utilise pas tant que ça, et surtout, ce n'est pas crédible qu'ils les maîtrisent. Il faut davantage insister verticalement sur une expérience, qu'elle soit académique ou professionnelle, en stage, et dire ce qu'ils ont tiré de cette expérience, et pas uniquement dire « Je sais programmer en java », ce qui n'est pas très différenciant. En revanche, dire « Je sais programmer en java, dans un environnement d'intégration continue, avec la pression du client », c'est très bien ! Il faut montrer qu'ils ont pris en compte l'ensemble des composants de la réalité d'un projet professionnel, prendre du recul. Les bons éléments sont ceux qui ont la plus grande capacité à transformer leurs acquis en expérience.
Le stage permet d'ailleurs de mesurer l'adéquation avec le monde de l'entreprise.

Quelle est la particularité des jeunes diplômés par rapport à l'entreprise ? Y-a-t-il vraiment des différences, si l'on compare aux générations précédentes ?

On voit des gens qui sont de plus en plus exigeants avec l'entreprise, et qui sont capables de dire non à un recruteur si cela ne correspond pas à leurs attentes. Cela signifie deux choses : la façon dont on recrute et accueille aujourd'hui est différente de celle d'il y a 10 ans, et évolue en permanence. On voit désormais des gens qui, bien que satisfaits de la société dans laquelle ils sont arrivés, la quittent au bout d'un an car ils ont trouvé une entreprise qui correspond mieux à leur projet personnel. Il y a un réel travail de l'entreprise pour garder les gens qui ne se sentent plus contraints de rester.

Autre chose : on retire de l'entreprise à peu près autant qu'on y met. Au-delà de la compétence technique, ce qui nous intéresse, ce sont des gens impliqués dans la vie de l'entreprise.

Y-a-t'il des éléments rédhibitoires, en entretien notamment ?

Encore et toujours, les fautes d'orthographe ! Mais également, les personnes qui ne font pas forcément attention à leur présentation physique en entretien. Nos ingénieurs aujourd'hui sont amenés à être en contact avec les clients : le relationnel, ce qu'ils dégagent par écrit ou en termes de présentation, c'est très important dans notre métier.

Tout recruteur un peu expérimenté est capable de distinguer les erreurs de jeunesse, c'est à dire tout ce que le candidat ne peut pas encore savoir à la sortie de l'école, du comportement de fond. Un des sujets un peu compliqués, c'est de tomber sur des personnes qui n'ont aucun projet personnel, ce qui arrive au-delà des seuls jeunes diplômés ! On ne demande pas d'avoir une vision sur les 50 prochaines années, mais au moins de savoir ce qu'ils veulent faire. C'est important d'avoir sa propre vision, car après un an, on demande ce que le salarié souhaite faire : évolution de poste, formation… Les gens qui n'ont pas vraiment de projets risquent de ne pas pouvoir évoluer. Il faut au moins avoir une préférence ! Et il faut savoir ce qu'on veut en arrivant à l'entretien.

En conclusion, il ne faut surtout pas gommer sa personnalité ! Nous avons besoin de la personnalité des candidats, en plus de leurs compétences.

CHAPITRE 3

Témoignages

BENJAMIN DUCOUSSO

Benjamin Ducousso, 28 ans, est le Cofondateur de Wizbii. Porteur du concept et aujourd'hui Président de la jeune start-up, Benjamin apporte à l'entreprise sa vision et son orientation stratégique. Connu de l'écosystème, il aime transmettre à d'autres jeunes entrepreneurs ce qu'il apprend chaque jour pour les aider à développer leurs projets. Il est aujourd'hui au conseil stratégique de plusieurs Start-up, dont Fidzup, initiée par un de ses anciens collaborateurs. Il est la force fédératrice agissant dans les coulisses de l'aventure Wizbii.

A 28 ans, et même si je commence à vieillir doucement, j'appartiens encore à cette jeune génération qui a trouvé l'entrepreneuriat sexy en sortant de l'école.
Depuis deux ans je vis quelque chose de fabuleux qui s'appelle entreprendre. Je raconte tous les jours ce que je vis. Dans la facilité, dans la difficulté, dans l'émotion, dans les relations, j'ai un job qui me plaît, et qui me passionne. Je travaille avec mes amis, des gens en qui j'ai confiance. Certains nous disent que c'est une bêtise, et ils ont peut-être raison. Nous on adore ça, mais on travaille aussi avec gens talentueux, qui pourtant ne sont pas nos amis.
Dans mon job, il faut toujours positiver. Tout le monde n'est pas fait pour le faire, mais il faut enlever cet air grave, parfois inquiet, quand on nous pose la question qui remplace le traditionnel « *ça va le boulot ?* » par un « *alors ça marche ?* ».
Oui ça marche, et on est décomplexé. On fait ce qu'on aime, on vit ce qu'on vit, on apprend en faisant des erreurs, des coups géniaux, et on avance vite. Et puis même pour ceux qui malheureusement n'ont pas réussi à aller au bout de leur aventure, la réponse à la question « *Qu'est-ce que vous avez appris ?* » vaut beaucoup.
Avec Emeric et Romain, deux amis, on s'est donc lancés dans la création de Wizbii.com il y a un peu plus d'un an. Pas à pas, au fil des rencontres, le projet a évolué. Wizbii est devenu notre société, puis notre passion et une partie de notre vie.
Durant mon jeune parcours, J'ai pu remarquer des traits communs aux étudiants de cette nouvelle génération. Il me semble que des comportements changent. Voici mes observations.

Les étudiants et jeunes diplômés modernes aiment le challenge

Les étudiants et jeunes diplômés d'aujourd'hui sont des entrepreneurs. Pas tous, mais beaucoup. Cette génération Y prend les devants ! Ils veulent du challenge et il n'est pas rare qu'ils passent quelques années en poste et changent régulièrement de job. Ils sont plus de 60% à vouloir entreprendre (étude Opinionway). Paradoxalement, ils sont encore tout juste 3% à oser le faire. C'est un début ! Ne vous trompez pas, aujourd'hui il arrive fréquemment de croiser des étudiants et jeunes diplômés qui renoncent au confort salarial immédiat, ou à un grand nom sur leur CV. Vous trouverez même ces jeunes dans les couloirs des meilleurs établissements. L'entrepreneuriat est aujourd'hui sexy, il a la cote, et le terme start-up s'est accompagné d'une vague de jeunes qui s'y sont retrouvés, alors qu'ils boudaient le terme PME.

Leur domaine de prédilection : Internet

J'ai fait un petit décompte dans l'incubateur de Grenoble Ecole de Management. Sur une trentaine de projets incubés dans l'institut, 90% appartiennent au web. Et le mobile émerge. Quelque chose qui est partout dans nos vies et où on a l'impression qu'on peut tout faire facilement. En sortant de l'école, nous pouvons créer quelque chose avec peu de moyens, et rapidement. C'est en partie ce qui nous y conduit. Mais pour les jeunes entrepreneurs, il faut éviter quelques erreurs : les budgets marketing sont nécessaires au lancement d'un service. Dans le web, on a l'impression que tout va vite, et que c'est accessible. Ça l'est ! Mais n'oubliez pas que l'intensité concurrentielle existe... et les barrières à l'entrée de votre marché sont faibles. La consommation de cash pour investir est donc importante.

Ils créent des services... à destination des jeunes

Je n'ai pas les chiffres, mais là aussi c'est une grande tendance. Et je l'ai aussi vécu. Avec Emeric et Romain, on a créé Wizbii pour répondre à un besoin qu'on ressentait et qui était présent dans notre environnement. Aujourd'hui, les deux plateformes concurrentes qui nous ont suivis se sont aussi créées... dans les incubateurs de Grandes Ecoles et d'universités françaises ! Alors pourquoi les jeunes aiment-ils créer des services pour les jeunes ? C'est simple, ils se créent des opportunités dans l'environnement qui est le leur. Ne soyons donc pas surpris de voir plein de nouveaux services se lancer à destination de cette population.

Ils travaillent avec des amis car ils ont besoin d'adhésion et de confiance

Au début, on nous disait tout le temps « *Attention, créer avec des amis c'est... compliqué* ». Pour ne pas dire impossible ! Côté salariés, si on regarde, c'était aussi courant de dire qu'un collègue était avant tout un collègue et ne devait pas devenir un ami. Oui mais aujourd'hui, c'est différent. Je crois qu'on a pu se tromper sur cette génération. On a souvent dit qu'elle était individualiste, mais ce n'est pas le sentiment que j'en ai. Au contraire, je pense que nous avons énormément besoin d'adhésion, de savoir que notre idée plaît, que notre service fait l'unanimité pour avancer. Et c'est peut-être pour ce besoin de confiance que nous choisissons de travailler avec nos amis.

Prendre du plaisir, que ce soit pour travailler comme pour entreprendre.

Le plaisir est pour moi une notion capitale. Je fais ma vie d'entrepreneur car j'aime tellement mon job qu'il participe à mon bonheur. Or, je vis ma vie pour être heureux, et partager ce bonheur avec d'autres. Pas vous ? Mon job c'est aussi ma passion. Et j'en ai d'autres. Mais c'est aussi pour ça que je ne fais pas vraiment de séparation entre ma vie personnelle et ma vie professionnelle. Je n'ai pas encore assez de recul pour dire si cela est bien, ou mal, mais je me plais vraiment comme ça. Je n'ai pas eu l'impression d'aller travailler depuis 3 ans. Je crois que les jeunes d'aujourd'hui partagent cette notion. Le travail prend une telle place dans la vie qu'ils ont renoncé à travailler simplement pour de l'argent. Ils peuvent s'accomplir dans le travail, et ont besoin d'apprendre, d'évoluer, et d'être heureux.

Alors, qui sont les étudiants et jeunes diplômés de cette nouvelle génération ?
Ils sont tous différents.

Mais selon moi, on croise régulièrement :
De jeunes entrepreneurs qui ont des rêves
Qui aiment construire des produits qui répondent à leurs besoins
Qui aiment le web
Qui bossent avec des amis
Qui se passionnent et s'accomplissent dans leur job

Il y a d'excellentes carrières dans les grandes entreprises. C'est aussi fantastique de pouvoir se dire que l'on va essayer de créer des emplois. Faites simplement ce que vous aimez.

L'IMPORTANCE D'UNE FORTE OUVERTURE INTERNATIONALE DANS UN CURSUS SCOLAIRE

CHRISTOPHER MARIEL

Christopher Mariel est country manager pour la communauté francophone chez ResearchGate, premier réseau social consacré à la recherche. Voir son profil sur ResearchGate.

Etudiant français issu d'un bac général spécialité économie, j'ai effectué mon Bachelor au sein d'une école de commerce à Paris, l'ESAM, en partenariat avec l'Université de Lille 2.

Lorsque j'ai eu l'opportunité d'effectuer un semestre Erasmus dans un pays de mon choix, instinctivement je me suis tourné vers Londres pour sa proximité et le côté attrayant de cette capitale cosmopolite. Aujourd'hui je me rends compte que c'est sans conteste cette expérience qui a été décisive dans le cheminement vers ma vie professionnelle.

Jusqu'alors, la totalité de mes stages avaient été effectués en France, réfractaire à me diriger vers un pays inconnu dont je ne maitrisais pas totalement la langue. C'est d'ailleurs cette barrière linguistique qui m'a causé beaucoup de difficultés lors de mon arrivée en Angleterre. En effet, le système éducatif français ne se distingue (malheureusement) pas de ses confrères européens en termes d'apprentissage linguistique. Avec le recul, je pense d'ailleurs que ce point mériterait d'être revu et amélioré afin de donner beaucoup plus de chances aux jeunes diplômés qui auront à se servir des langues ou qui souhaitent s'expatrier.

Comme tout bon étudiant Erasmus qui se respecte, la plupart de mes sorties s'effectuaient entre Français et la performance linguistique ne m'a donc été que moyennement profitable. En effet, six mois plus tard, le bilan de mon séjour était principalement ciblé sur l'ouverture de ma propre culture plutôt que sur celle de mon pays d'accueil. Déçu du résultat, c'est alors que je me suis décidé à prendre mon avenir en main et à m'inscrire en Master de Commerce International dans une grande université Londonienne - London South Bank University. Compte tenu de mon niveau moyen d'anglais, le pari était alors audacieux, et je dois dire que j'ai souffert au début pour suivre les cours en anglais, mais étant en immersion totale, les progrès sont vite arrivés et j'ai compris que j'étais sauvé le jour où j'ai réalisé que je rêvais même en anglais ! En fait cette initiative m'a ouvert de très nombreuses portes par la suite.

Sortir du contexte Erasmus pour étudier aux côtés de véritables Anglais a complètement changé ma vision de Londres et de ce pays d'accueil. En effet, il devient alors beaucoup plus évident qu'un niveau optimal de la langue anglaise est un prérequis dans la vie professionnelle. En effet, de nos jours, les employeurs sont très friands de candidats véritablement bilingues.

Le cursus scolaire anglais étant moins lourd que celui français, j'ai décidé de booster mon anglais en occupant en parallèle un poste de vendeur. J'ai alors vite ressenti que les progrès étaient incontestables. A la fin de cette année scolaire, je me sentais prêt à intégrer une entreprise anglophone pour y occuper un stage à responsabilité. Outre l'aisance linguistique acquise, intégrer un cursus dit « classique » dans une école anglaise m'avait ouvert à une culture différente en tout point de la mienne. Grandi de cette expérience, je suis rentré en France pour compléter la thèse de mon master anglais de Commerce International, que j'ai d'ailleurs obtenu, sur les différents moyens de communication qu'offre Internet (notamment en termes d'Inbound Marketing).

Séduit par l'Entrepreneuriat et l'Online Marketing, je n'ai pas hésité à me réinscrire en double Master 2 (Lille 1/ ESAM Paris) de façon à acquérir une complète polyvalence, qualité aujourd'hui indispensable dans le monde de l'entreprise.
Après six mois de cours, comme tout cursus de Master 2 français, il m'a alors été offert la possibilité de compléter mon année par un stage de longue durée. Désireux de découvrir une nouvelle culture, je me suis tourné vers Berlin (Allemagne), bien qu'ayant étudié l'Espagnol et le Chinois en 2nd et 3ème langue.

Comme tout bon étudiant utilisateur de réseaux sociaux, je me suis paré de tous les outils clefs pour une bonne recherche : LinkedIn, Viadeo, recherche journalière sur Craiglist et autres réseaux, etc. Trouver un stage reste relativement simple aujourd'hui, la difficulté étant de trouver un stage valorisant. J'ai donc soigneusement sélectionné les sociétés me permettant de mettre à profit les différents acquis obtenus durant ces précédentes années.

Ce choix minutieux m'a poussé à postuler pour cinq offres de stages et m'a donné par la même occasion la possibilité de m'intéresser de près à ces entreprises. Sans doute grâce à des lettres de motivations ciblées et personnalisées, les cinq entreprises m'ont proposé chacune un entretien, à la suite duquel je n'ai plus eu qu'à faire mon choix.

J'ai donc intégré ResearchGate, un réseau social professionnel pour chercheurs et scientifiques. En utilisant un raccourci, je dirai que si cent ans plus tôt Albert Einstein ou Marie Curie avaient eu accès à internet, ResearchGate serait leur Facebook quotidien. Nous connectons les chercheurs entre eux et leur offrons un accès gratuit à plus de 60 millions de publications, nous possédons entre autres la plus large bourse d'emploi ciblée sciences, etc. Lors de mon intégration au sein de l'entreprise en mai 2011, ResearchGate était une petite start-up en évolution et demandeuse de ressources humaines polyvalentes. Fort de son succès, le réseau est aujourd'hui leader mondial en trois ans d'existence et compte plus de 1,5 million d'adhérents.

Cette position de stagiaire m'a été offerte grâce à la polyvalence de mon cursus, et son ouverture internationale. Par la suite, les managers en place m'ont alors confié avoir reçu beaucoup de candidatures et avoir été séduit par mon aisance linguistique et la polyvalence de mes divers domaines d'apprentissage. Ce stage de fin d'études s'est ensuite transformé en proposition d'emploi ; j'occupe donc à ce jour le poste de manager des réseaux francophones de ResearchGate.

Aujourd'hui, chargé des recrutements dans mon service, un des premiers points que j'analyse dans les CV que je reçois est l'ouverture internationale des postulants. Notre entreprise est anglophone, il est donc évident que pour une bonne intégration au sein de l'équipe, un bon niveau d'anglais est nécessaire. Outre l'importance de la dimension linguistique, une volonté de découverte interculturelle hors du cursus Erasmus est toujours un point qui me séduit. L'expérience m'a montré que les étudiants ou jeunes diplômés ayant effectué un stage ou une partie de leur scolarité dans un pays étranger présentent sans conteste un avantage comparatif. L'aisance et les qualités managériales ne sont pas innées, elles s'acquièrent grâce aux différentes expériences.

En conclusion, en tant que jeune diplômé et Manager d'un réseau gérant plus de 1.5 million de chercheurs répartis dans 192 pays, le meilleur conseil que je puisse vous donner est de développer vos expériences internationales au maximum. Lancez- vous, prenez des risques, ayez confiance en vous et en vos capacités d'adaptation. Les entreprises sont demandeuses de cette ouverture d'esprit et de cet investissement linguistique. Si vous en avez la possibilité, valorisez votre CV en apportant une polyvalence maximale à votre cursus. Ne choisissez pas forcément la facilité si vous pensez que cela pourrait vous desservir dans vos futurs projets professionnels. La faiblesse linguistique qui caractérise les étudiants français ne doit en aucun cas être une fatalité ; Sachez combler par vous-même ce manque; vous êtes gestionnaire de votre destin, donc prenez les bonnes décisions au bon moment, vous serez récompensé !

L'IMPORTANCE DU STAGE POUR UN JEUNE DIPLOME

CLEMENT BENOIST

Les stages sont un élément très important pour les jeunes diplômés. Ils constituent de fait leur première vraie expérience professionnelle et peuvent se révéler utiles à de nombreux niveaux. Bien choisis, ils apportent compétences et connaissances du monde de l'entreprise. Bien menés, ils permettent de se constituer un réseau et pourquoi pas de décrocher un premier emploi. Mieux, ils peuvent aider à se faire une vision de son métier et à guider ses choix de carrière. Le stage conditionne l'entrée dans la vie active et peut apporter beaucoup aux étudiants... La preuve avec ce témoignage de Clément Benoist, qui nous explique en quoi ses différents stages ont fait aboutir sa réflexion sur ses volontés professionnels et à affiner son projet.

Tout d'abord, peux-tu te présenter en quelques mots ?

En quelques mots, je dirais que je suis un jeune homme chanceux qui réalise une activité professionnelle qui le motive et le passionne. En effet, j'ai (seulement) 23 ans et je suis encore en études, en Master Stratégie de Communication Numérique dans l'école IGC Formatives de Rennes. Mon activité professionnelle s'effectue via un contrat professionnel que j'ai réussi à décrocher suite à un stage dans l'agence d'innovation et développement BOITAMO. Je suis Community Manager en Basse-Normandie, plus précisément à Caen, depuis bientôt 2 ans.

Pour quelles raisons as-tu suivi ton cursus ?

Pour être parfaitement sincère, à la limite du naïf, j'aimais beaucoup ce que fait encore mon père, c'est à dire être au contact des clients, vendre ses projets, ses produits. Par conséquent, je me suis tourné vers un BTS Communication, puis un DEES Communication pour enfin en arriver au Master. Somme toute, un parcours classique et bien droit, malgré un an d'arrêt d'études entre le BTS et le DEES pour vivre quelques mois à Londres et profiter. Je dis ça dans le but de préciser qu'arrêter ces études un an ne fait pas de notre cursus un échec et que les phrases toutes faites comme : «*Tu verras, il te sera difficile de reprendre après ton année sabbatique...*» n'ont aucune valeur face à notre motivation. Il n'y a pas de mode d'emploi, pas de cursus idéal. Il suffit de trouver sa voie et une fois dans les bons rails, pour ma part, j'ai très vite pris goût au monde du travail !

Les stages que tu as pu réaliser t'ont-ils conforté (ou non) dans ton projet professionnel ?

J'ai réalisé trois stages lors de mes études. Le premier au siège de l'Assédic de Basse-Normandie, dans le service communication. J'ai apprécié ce premier contact avec le milieu pro, mais il n'y avait encore aucun rapport avec mes propres objectifs. Réaliser un dossier de presse et un guide de communication pour les agences Assedic n'est pas ce dont je rêvais la nuit, mais au moins ce stage m'a conforté dans l'idée que le milieu de la comm' était fait pour moi. Je pense honnêtement que les stages sont toujours utiles. Les ratés comme les mitigés, car au moins nous savons ce que nous ne voulons pas faire ou comment mieux s'y prendre pour réussir. Les deux suivants se sont déroulés en agence de communication, à Caen. Et vous l'avez compris, c'est mon stage dans l'agence d'innovation et développement BOITAMO qui m'a donné ma plus grande chance de réaliser et de réellement construire mon propre métier.

Qu'est-ce qui t'a poussé à « créer ton emploi » ? Est-ce parce que tu as éprouvé des difficultés à trouver un job, en tant que jeune diplômé ?

Encore en DEES Communication, une troisième année de licence dans le fond, j'effectuais mon stage chez BOITAMO comme assistant de communication. Mais le deal passé avec la directrice était bien que j'apporte quelque chose à la société pour pouvoir me faire une place et espérer rester chez eux. Naturellement, l'ambiance et le travail dans cette jeune agence étaient idéaux pour un jeune comme moi, donc je me suis proposé en tant que Community Manager. Déjà passionné depuis longtemps par ce secteur, ayant fait de nombreuses recherches sur ce métier et avec une expérience dans la communication, ce job était fait pour moi et j'en voulais (non sans crainte) ! Le deal a donc été de faire mes preuves et si cela plaisait à nos clients et que ce service pouvait être durable dans l'agence, alors je serais pris en Contrat Pro (on ne parlait pas encore d'embauche).

J'imagine que vous voyez où je veux en venir ? Grâce à une directrice et une agence attachées à l'innovation, à la confiance mutuelle, j'ai pu développer notre service BOITABUZZ qui est un service de Community Management externalisé pour nos clients. Audit de la e-réputation, création de profil sur les réseaux sociaux, animation et création de contenu, développement d'applications pour Facebook et smartphones

ainsi que de la veille quotidienne. Naturellement, j'ai éprouvé des difficultés, non pas pour trouver un job, mais pour pérenniser ce job. La première étant de bien structurer notre offre marketing pour répondre aux attentes de nos clients et prospects et proposer un service au bon prix... Chose délicate pour un «nouveau» métier qui plus est pour une ville comme Caen et ses environs.

Quels sont les obstacles que tu as pu rencontrer ?

Au début, mes clients étaient principalement des clients que nous avions pour d'autres services de communication, via l'agence BOITAMO. Car nous réalisons principalement du naming, relations presse (revues et dossiers de presse), flyers, affiches, cartes de visites, site internet, ... Et la compétence web, voire web 2.0 était donc toute nouvelle. Les obstacles ont été de prospecter pour dénicher de nouveaux clients et permettre à BOITABUZZ de continuer à exister.

D'une nature extravertie et sociable, cela n'a pourtant pas été ma tasse de thé, surtout lorsque le service, tout neuf d'il y a un an, en était à ses débuts et que nous devions parler des bénéfices à apporter à notre client et des retours que nous avions. Mais avec de nombreux conseils grâce à un réseau de community managers, avec de la patience et une pincée de réflexion, nous avons mis sur pied un beau service, complet et qui a séduit de nombreux nouveaux clients.

Quels conseils donnerais-tu à quelqu'un qui souhaite faire comme toi ?

Il faut savoir que je suis arrivé chez BOITAMO suite à un stage qui s'est mal terminé. Avec du recul, c'est un mal pour un bien et je ne regrette pas du tout cette bûche, bien au contraire. Mon premier conseil est donc de savoir se relever, de relativiser les stages et les premières expériences. Certes, elles sont importantes, mais pas déterminantes : des agences de communication, il en existe pléthore et aucune ne fonctionne de la même façon. Il faut donc trouver chaussure à son pied.

Ensuite, le réseau reste fondamental. Grâce à un bon réseau, on obtient des conseils, on échange sur nos pratiques, sur les points forts et points faibles de nos présentations clients, etc... Là encore ça peut paraître bateau, mais là encore c'est nécessaire pour avancer et ne pas rester seul dans une situation que l'on ne maîtrise pas. La veille peut être liée à cela, car il est important de connaitre les dernières tendances, les derniers chiffres, les nouveautés en termes de réseaux sociaux (sans forcément s'y inscrire) et cela passe par des blogs et actualités relayées via Twitter, vos amis Facebook et vos propres sources.

Pour être plus pragmatique, si vous souhaitez créer votre emploi dans votre entreprise, appuyez sur le fait que vous apportez une réelle valeur ajoutée, en toute modestie, mais que vous pouvez développer l'entreprise grâce à vos compétences. Acceptez peut-être d'être pris en stage ou CDD pour faire vos preuves, cela fait partie du jeu, surtout pour de jeunes diplômés. Et surtout : «*Si tu veux un conseil, oublie que t'as aucune chance. On sait jamais, sur un malentendu ça peut marcher*» !

ILS ONT TROUVE LEUR PREMIER TRAVAIL... A L'ETRANGER

GUIREC GOMBERT

Guirec Gombert est Rédacteur web chez RegionsJob, et s'intéresse à tout ce qui touche à l'emploi et l'économie... Il participe au blog Mode(s) d'Emploi, vous pouvez le retrouver sur Twitter : @gguirec

Le débat sur l'insertion des jeunes diplômés dans le monde du travail continue. Cette fois, place à une série de témoignages d'expatriés français. Eux, leur première expérience professionnelle ils l'ont trouvée hors de nos frontières. Pour certains, par goût de l'aventure, pour d'autres, par nécessité de trouver un emploi. Mais quelle que soit la raison, ces récits apportent un éclairage intéressant sur l'expatriation et le rapport qu'entretiennent les jeunes au travail.

«Le stage est dévalorisé en France»

En France, mis à part les petits boulots d'été, la première expérience des jeunes diplômés c'est bien souvent le stage. Le «passeport» pour l'emploi. Mais «*voir passer des annonces en France : recherche stagiaire de toute urgence me fait bondir*», lâche Stéphanie Walter, graphiste en Allemagne. Originaire d'Alsace, ce n'est qu'en troisième année de Licence LEA qu'elle part outre-Rhin dans le cadre d'un semestre d'études à Ratisbonne. Ensuite, «*en deuxième année de master, nous nous étions rendus avec d'autres étudiants à un salon consacré à la traduction et localisé en Allemagne. Là une entreprise de Berlin m'a donné sa carte de visite. C'est là que j'ai eu le déclic*». D'autant que pour Stéphanie, un stage en Allemagne «*constitue une véritable expérience professionnelle que l'on peut ensuite mettre en avant*» quand en France il «*peut être dévalorisé avec cette image du stagiaire-café*».

Voir si l'herbe est plus verte ailleurs

Pour d'autres, l'expatriation a permis de donner une dimension internationale à leur carrière. Alors qu'elle est en Master 2 au Celsa, Marie Jeffredo travaille en entreprise du lundi au jeudi. «*Je recherchais des postes en Volontariat International en Entreprise (VIE), car je savais que la conjoncture économique française n'était pas en ma faveur : peu d'emploi, rémunérations faibles, etc.*». Finalement, c'est la société où elle travaille pendant ses études qui lui propose d'ouvrir une filiale à Singapour. Un choix qu'elle explique par «*sa capacité d'adaptation et sa motivation*». Bonne connaisseuse de l'Indonésie, «*j'ai exprimé ma forte envie de découvrir un autre pays et d'y apporter mes connaissances du marché*». Aujourd'hui, elle travaille pour Mediakeys en tant qu'Account manager dans le cadre d'un VIE de 18 mois.

Un choix de vie pour Morgan Touly également. Elle, elle voulait «*voir autre chose, changer d'environnement et aussi donner une dimension internationale*» à sa carrière. Avant de partir à l'étranger, Morgan avait déjà enchaîné les voyages au travers du dispositif Erasmus durant ses études. Ermanno Di Miceli a lui tenté l'aventure... en Italie. Malgré ses origines, il ne parle pas fréquemment l'italien, mais il a profité de son nom pour se positionner dans une banque italienne. Un choix qui lui a permis «*d'ajouter une expérience internationale, d'enrichir mon CV et également pallier la faiblesse de ma formation supérieure*», un BTS bancaire.

Ne pas se survendre

Nicolas Hallet voulait lui voyager. En 2010, il part avec son amie à Québec, au Canada, dans le cadre d'un Permis Vacances Travail. Sur place, il commence à trouver un petit boulot dans un magasin de jouets «*pour avoir une référence locale. Après, j'ai commencé à postuler dans mon domaine (relations publiques et communication) en ciblant les offres pour juniors*». Sa motivation et ses «petites» expériences professionnelles passées plaisent à ses employeurs. Pour lui, «*s'il ne faut pas douter de ses capacités, il ne faut pas les surestimer non plus. Je postulais à des emplois qui demandaient au maximum trois ans d'expérience. Avec une expérience de stages et quelques petits boulots, ça ne servait à rien de viser plus haut*».

Un point de vue partagé par Stéphanie Walter. Son expérience lui a prouvé que «*l'honnêteté est une notion clé pour tout jeune sur le marché de l'emploi. Même si on pense en cherchant son premier emploi qu'il faut se vendre absolument, il vaut mieux ne pas survendre ses compétences, être honnête sur les capacités dont on ne dispose pas encore. Les employeurs ne sont pas dupes, à survendre ses compétences, on risque très vite de se retrouver au pied du mur au moment où l'on nous demandera de les mettre en application*».

S'adapter à un nouvel environnement

Autre clé pour décrocher un emploi : la langue. Avant de partir aux Etats-Unis, Satheeni avait un niveau scolaire. «*L'anglais qu'on vous apprend à la fac ou dans un IUT ne vous prépare pas à être opérationnel dans un pays étranger. Heureusement j'étais passionnée par la culture américaine, je regardais donc beaucoup de films et séries en version originale pour m'habituer à la langue et à l'accent. Une fois sur place, on n'a pas d'autre choix que de se lancer ! Faut se lancer, c'est comme ça qu'on progresse. Lire, écouter la télévision, rencontrer des anglos, se forcer à aller vers les autres, à commander au resto... Ça aide à s'améliorer*». Son travail la mènera à New-York dans une agence de publicité en tant qu'assistante de communication.

Se lancer, c'est aussi le conseil de Stéphanie Walter. «*N'ayez pas peur de parler et surtout de vous tromper, tout le monde fait des fautes, et les gens sont généralement assez compréhensifs*». Idem pour Ermanno. «*Quelques jours pour m'adapter, oublier ma timidité et en quelques semaines, j'étais quasi bilingue*», explique-t-il.

Leurs conseils pour s'expatrier

Si vous aussi vous souhaitez partir travailler à l'étranger, alors foncez ! «*Soyez passionné et n'ayez pas peur de dépasser vos limites, qu'elles soient géographiques ou personnelles*», estime Morgan. «*Selon le contrat (expatriation, détachement, etc ...), il faut bien se renseigner sur les contraintes légales et règlementaires et les interactions avec la France, notamment en termes de couverture sociale, retraite, etc. Par ailleurs, ne pas oublier qu'au-delà des frontières, les mentalités, les habitudes, la façon de travailler sont différentes. Ne pas arriver en terrain conquis et penser que parce que l'on est issu du système Français, nous sommes les meilleurs !*», analyse Ermanno. Même son de cloche pour Nicolas. «*On arrive dans un pays qui nous accueille, qui ne nous doit rien, où l'on doit faire ses preuves et montrer davantage de volonté que les autres*».

Et si partir peut coûter cher et demander une certaine dose de courage, «*c'est tout gagnant pour l'avenir*», juge Satheeni. Mais pour elle aussi «*une fois sur place, il ne faut pas tout comparer à la France. Il faut apprendre des locaux, leurs coutumes, leurs habitudes et s'adapter à la vie sur place. Votre vie sera différente, c'est aussi ça partir*».

Sachez aussi regarder les offres sur les bons sites. Comme «*Ubifrance et Civiweb qui proposent des postes de VIE*», conseille Marie Jeffredo. Les forums d'expatriés sont aussi un bon point de départ. Satheeni a trouvé son emploi comme ça «*un soir*» alors qu'elle se renseignait sur la vie à New-York. Elle tombe sur une annonce, postule et «*10 minutes après l'envoi, on m'a téléphoné pour connaître ma situation d'emploi et convenir d'entretiens téléphoniques*». Dans tous les cas, philosophe Nicolas, «*pour que ce soit un succès il faut que l'expérience reste agréable et un plaisir*».

CLONE OU BIEN JEUNE DIPLOME RECRUTABLE ? CHOISISSEZ VOTRE CAMP

PIERRE GAEL PASQUIOU

Pierre-Gaël Pasquiou a effectué une partie de sa scolarité au Lycée français international de Pékin et au Lycée français Louis Pasteur de Bogotà. Après un lycée hôtelier et un BTS en Management des Unités Commerciales en Bretagne, il intègre l'Ecole de Management Strasbourg par le concours «Passerelle». Ancien Community Manager de l'EM Strasbourg, il est aujourd'hui Responsable des partenariats pour Multiposting. Vous pouvez le retrouver sur son site et sur Twitter.

A l'heure où le marché du travail est loin d'être au meilleur de sa forme, je n'ai pas la prétention d'avoir la formule magique. Cependant si mon histoire peut aider certaines personnes, je suis prêt à dévoiler un morceau de ma vie, morceau qui d'ailleurs se termine dans à peine quelques semaines.

Lorsque je passais les concours pour entrer en école de commerce, pendant la partie des oraux, je racontais toujours à mon jury que s'il me prenait dans son école, je ne serais pas juste un consommateur de formation mais un réel acteur dévoué à mon école. C'est d'ailleurs ce que j'expliquais l'été dernier à mes étudiants, lorsque je faisais des préparations aux oraux pour une prépa privée. Les écoles ne veulent plus de consommateurs pour remplir leurs promotions, ils veulent des étudiants qui vont faire vivre leur école, qui vont faire avancer les choses.

Dès la première année je me suis engagé dans la vie associative, j'étais vice-président de liste. Malgré le fait que j'en garde de bons souvenirs, j'ai un regard moins positif sur les activités de ces groupes qui se créent dans les écoles. D'après moi, elles favorisent ce phénomène de mimétisme propre aux écoles, mais je ne m'étendrais pas plus sur ce sujet. J'ai déjà publié sur ce sujet un billet qui a fait grincer les dents de beaucoup d'étudiants. J'ai ensuite postulé au poste de coordinateur des associations, rebaptisé depuis «Président de la Fédération». Pour postuler à ce poste il fallait renoncer à tout autre poste, afin d'éviter d'être plus indulgent envers sa propre association. J'ai donc décliné le poste de vice-président de BDE qui s'offrait à moi, puisque nous venions de remporter les élections.

J'ai décidé de prendre ce risque parce que j'étais persuadé de l'intérêt de ce poste, ne nous le cachons pas, c'est très loin d'être le poste «sexy» pour les étudiants. La concurrence est bien moins rude que pour être le responsable des soirées de l'école. Question mission, on est également loin du poste de président de BDE qui consiste, en grande partie, à se montrer en soirée et à regarder des vidéos sur Facebook dans le bureau le plus «hype» du couloir des associations. Le poste de coordinateur consiste essentiellement à surveiller les comptes des associations, à organiser des évènements plus transversaux, à négocier et dispatcher les subventions, être présent aux comités de direction interminables et à représenter les intérêts des étudiants aux conseils d'école.

J'ai donc été élu à ce poste au début de ma seconde année en école. Il m'a fallu un peu de temps pour me faire accepter auprès des associations, les présidents régnant en petits «dictateurs» dans leurs bureaux de 5 mètres carré, ma légitimité n'a pas été facile à faire entendre. La décision de multiplier par deux les subventions de l'école suite à un long combat a certainement joué en ma faveur. Pendant un an j'ai organisé des réunions, mangé des plateaux froids et me suis arraché les cheveux pour défendre des personnes dont l'activité favorite consistait à me mettre des bâtons dans les roues. Je me souviens que mon entourage me disait toujours que je perdais mon temps, que je devais profiter comme les autres de mes années en école. C'est certainement mon côté masochiste qui me poussait à continuer, mais j'étais également persuadé que mes efforts porteraient leurs fruits un jour. Un acharnement que j'ai hérité de mes parents, qui d'ailleurs étaient les seuls, sans comprendre précisément ce que je faisais, à m'encourager à continuer dans ce sens. Un jour, lors d'un comité de direction, après avoir entamé l'éternelle salade froide, j'ai soulevé l'idée de recruter quelqu'un dont le travail serait la gestion de nos communautés avec un axe important de travail sur les réseaux sociaux. J'avais entendu parler de ce poste dans certaines entreprises et je trouvais que de l'extérieur notre présence en ligne était un joyeux bazar. Le directeur de l'époque, Michel Kalika, m'a demandé de lui soumettre une proposition de fiche de poste pour la prochaine réunion. Chose que j'ai faite, une fois ma proposition validée en comité de direction, il restait quelques échelons administratifs à passer pour terminer en conseil d'école où je siégeais également.

J'ai toujours eu horreur de ce type de démarches administratives qui d'après moi rend la flexibilité d'une entreprise très réduite, mais j'ai fini par m'y résoudre, non sans râler, c'est de toute façon inévitable pour n'importe quelle structure importante.

Le poste a ensuite été validé par le conseil d'école, il ne restait donc plus qu'à recruter quelqu'un. En plein conseil d'école, le directeur se tourne vers moi et me dit « *Pierre-Gaël, pourquoi pas vous ?* ». Je n'avais pas du tout prévu de prendre ce poste, d'ailleurs même pour réaliser la fiche de poste j'avais dû me plonger dans certains ouvrages et lire bon nombre d'articles sur le sujet parce que je n'avais aucune connaissance du métier. Par ailleurs cela impliquait que je fasse une pause dans mes études, donc que je retarde d'un an mon arrivée

sur le marché du travail. Cependant il s'agissait là d'un nouveau challenge, je n'ai donc pas mis bien longtemps avant d'accepter. Il a fallu négocier sec en interne, un coup on voulait changer intégralement ma fiche de poste et on me proposait des missions de commercial qui n'avaient absolument plus rien avoir avec ce qui était prévu. Un coup on me proposait un salaire qui couvrait à peine ma chambre dans un appartement en colocation. Après deux longs mois de bras de fer, j'ai réussi à imposer le poste avec mes conditions. L'année scolaire suivante j'étais donc Community Manager de l'EM Strasbourg, rattaché entre le service communication et le service relations entreprises.

Il y avait absolument tout à faire, et personne pour me conseiller. J'avais mis à profit mon été pendant lequel je travaillais comme standardiste pour lire énormément sur ce nouveau métier. J'avais donc déjà en tête plusieurs actions à mettre en place et tout un plan stratégique à faire valider à ma direction. J'ai commencé par segmenter nos communautés, faire un état des lieux de ce qui existait déjà, réfléchir aux moyens d'organiser l'ensemble, etc. Rapidement j'ai réalisé que comme personne ne comprenait vraiment ce que je faisais, je devais rapidement profiter d'une réunion pour présenter mon poste à tout le monde. Dans la foulée, j'ai mis en place un système de remontée d'information qui me permettait de montrer le travail effectué mais surtout que chaque service voit l'intérêt direct qu'il allait y trouver. Très vite, j'ai organisé une journée de conférences sur ce métier, c'était l'occasion d'expliquer en détail ce nouveau métier aux étudiants, au personnel mais aussi aux entreprises alsaciennes. J'ai fait venir plusieurs grands noms de la communication comme Manuel Canévet de «Campus Communication», Catherine Ertzschied que l'on n'a plus besoin de présenter, Christophe Ramel la figure montante du CM de cette époque et Jean-Christophe Anna expert en réseaux qui était alors à l'APEC et qui désormais à ouvert son entreprise «Link Humans». Cette conférence est sans aucun doute l'un des tournants les plus importants de ma (toute jeune) vie.

On a commencé à regarder l'EM Strasbourg avec intérêt, j'ai répondu à un bon nombre d'interviews, et je me suis rapproché de personnes qui un an plus tôt me paraissaient inaccessibles; elles sont aujourd'hui bien plus que de simples connaissances professionnelles. A partir de cette date, j'ai commencé à avoir une présence web importante et les choses sont allées très vite. J'ai commencé à organiser des ateliers pour se former à l'utilisation professionnelle de Twitter, j'ai participé à des conférences sur le thème du community management dans l'enseignement supérieur un peu partout en France, je suis même intervenu dans certains cours de management des système d'informations avec pour étudiants d'anciens camarades de classe.

Voilà pour la petite histoire, si j'ai voulu raconter tout cela en détail c'est avant tout pour faire comprendre qu'il n'y a pas d'efforts qui ne servent à rien. Si aujourd'hui j'ai la chance d'avoir décroché depuis l'étranger un CDI cinq mois avant même d'être diplômé, c'est justement parce que j'ai travaillé dur. Il ne faut rien négliger, je me souviens que ma petite amie de l'époque me faisait toujours des histoires parce que je passais du temps dans les cocktails après des conférences et qu'elle était persuadée que ça ne servait absolument à rien. Pourtant c'est pendant ces cocktails que j'ai commencé à creuser mon trou. L'exemple parfait c'est un aller-retour que j'ai fait à Paris, pour un apéritif organisé par Campus Communication. Le principe était de faire rencontrer les «acteurs du sup 2.0», et la personne qui m'a fait décrocher mon CDI aujourd'hui, c'est une personne avec qui j'ai échangé 10 minutes au cours de cet apéritif. Si j'avais choisi la facilité je serais resté tranquillement à Strasbourg. Un aller-retour à Paris pour un apéritif ça pouvait en effet paraître totalement superflu, et pourtant !

Je suis intimement persuadé que notre génération recèle des capacités non exploitées, beaucoup trop d'étudiants fonctionnent en sous-régime pendant leurs études, persuadés que ce n'est surtout pas le moment de tout donner, que pour l'instant le plus important c'est la prochaine grosse soirée et le partiel de comptabilité qu'il faut valider. Pourtant tout se joue dès le début des études, c'est pendant ces années que vous ferez la différence entre un étudiant employable et un étudiant très employable. N'ayez pas peur d'être différent, la dynamique de groupe voudrait que nous soyons tous identiques, comme des clones qui sortent tous du même moule, et particulièrement dans le milieu des écoles de commerce. On prône la différence, mais on s'encourage à être tous pareils, et si vous vous écartez un tant soit peu du troupeau vous serez montré du doigt. Il est évident que c'est une situation plus compliquée à gérer, mais s'il y a un point dont je suis certain, c'est que la facilité ne paye pas, encore moins aujourd'hui. Relevez vos manches, vous verrez on y prend même plaisir ;)